

SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET



ZAVRŠNI RAD

RAZVOJ PODUZETNIČKIH INKUBATORA U
REPUBLICI HRVATSKOJ

Mentor:

izv. prof. dr. sc. Škokić Vlatka

Student:

Katarina Vidošević

Broj indeksa: 4175220

Split, rujan 2018.

SADRŽAJ:

1. UVOD	1
1.1. Definiranje problema istraživanja	1
1.2. Ciljevi rada	2
1.3. Metode rada	2
1.4. Struktura (sadržaj) rada	2
2. TEORIJSKI OKVIR ZA ANALIZU PODUZETNIČKIH INKUBATORA	3
2.1. Pojam poduzetnika i poduzetništva	3
2.2. Poduzetnička klima u Republici Hrvatskoj	8
2.3. Poduzetničke potporne institucije	16
2.3.1. Poduzetnički inkubatori	17
2.3.2. Studentski poduzetnički inkubator na Ekonomskom fakultetu u Splitu	20
2.3.3. Ostale poduzetničke potporne institucije	22
3. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE STAVOVA STUDENATA O PODUZETNIČKIM INKUBATORIMA	23
3.1. Opće karakteristike uzorka	23
3.2. Rezultati istraživanja	24
4. ZAKLJUČAK	34
LITERATURA	36
POPIS SLIKA	38
POPIS GRAFIKONA	39
SAŽETAK	40
SUMMARY	41
PRILOZI – ANKETA	42

1.UVOD

1.1. Definiranje problema istraživanja

Poduzetništvo je tzv. „generator“ gospodarskog rada, stoga se, u cilju povećanja obujma poduzetničkih aktivnosti, osnivaju poduzetnički potporne institucije kao što su poduzetnički inkubatori. U tom smislu, poduzetnicima početnicima predstavljaju izvor znanja, pružaju osjećaj sigurnosti, kroz mentorsku podršku i pristup potrebnoj infrastrukturi te omogućavaju umrežavanje tj. upoznavanje potencijalnih poslovnih partnera. Obzirom na prije spomenutu vezu poduzetništva i gospodarskog rasta, može se zaključiti da su poduzetnički inkubatori motor lokalnog razvoja.

Promatrajući povijesni aspekt, poduzetništvo je staro koliko i ljudsko društvo, a pojam se koristi svakodnevno, i to u različite svrhe. Isto tako, poduzetništvo ima društveni i gospodarski značaj, no sam pojam i karakteristike nisu dovoljno standardizirani.

Općenito govoreći, poduzetništvo također predstavlja i spremnost pojedinca, ili više partnera i suradnika, da uz određeno preuzimanje rizika i ulaganje kapitala uđe u poslovni pothvat, i to s ciljem stvaranja cjelokupnog profita. Poduzetništvo, kako bi bilo profitabilno, u današnje vrijeme mora sadržavati motivaciju, poslovnu ideju, tržište usluga i roba, određene vještine i znanja, osnovna financijska i obrtna sredstva te sposobnost preuzimanja odgovornosti i rizika. Sukladno tome, poduzetništvo danas postaje specifična „filozofija“, te se može reći kako je poduzetan onaj koji zna prihvatiti točno određene stavke u pravo vrijeme, odnosno onaj koji je vješt i snalažljiv prilikom praktične provedbe poslovnih ideja.

S druge strane, poduzetnik kao temeljni „akter“ cjelokupnog poduzetničkog ciklusa mora voditi računa o sve većoj neravnoteži u poslovnom okruženju, odnosno mora vidjeti priliku u kojoj će ponuditi novi proizvod, novo rješenje, novu uslugu ili pojedine procese.

Poduzetnički inkubatori su ograničeni prostori u kojima se koncentriraju novostvorena poduzeća, a temeljni cilj im se odnosi na poboljšanje ukupne mogućnosti rasta. Također, poduzetnički inkubatori nastoje osigurati opstanak njihovih korisnika, i to prvenstveno kroz pružanje adekvatnog prostora sa zajedničkom infrastrukturom, menadžerskom podrškom i stručnom pomoći kroz razne oblike savjetovanja.

1.2. Ciljevi rada

Cilj rada je dati osvrt na postojeću infrastrukturu poduzetničkih potpornih institucija u Republici Hrvatskoj, s naglaskom na poduzetničke inkubatore. Također, cilj je dati uvid i u percepciju studenata Ekonomskog fakulteta u Splitu o poduzetničkim inkubatorima, kao i interes za aktivnostima u istim, te dati prijedlog za razvoj poduzetničke infrastrukture u Republici Hrvatskoj.

1.3. Metode rada

Budući da se rad sastoji od teorijskog i empirijskog dijela, koriste se dvije skupine metoda istraživanja. U teorijskom dijelu će se koristiti metode analize i sinteze, metode indukcije i dedukcije, metoda kompilacije, metoda komparacije i metoda deskripcije. U empirijskom će se dijelu koristiti anketni upitnik kao instrument kojim će se prikupiti primarni podaci o stavovima studenata Ekonomskog fakulteta u Splitu vezanim uz poduzetničke inkubatore, metode deskriptivne statistike u obradi podataka te razne metode prikazivanja rezultata istraživanja poput tablica i grafikona.

1.4. Struktura (sadržaj) rada

Struktura završnog rada se sastoji od četiri glavna dijela. U prvom, odnosno u uvodnom dijelu, su predstavljeni problem, cilj, metode i struktura rada, dok je u drugom dijelu predstavljen teorijski okvir za analizu poduzetničkih inkubatora kroz pojmovna određena poduzetništva i poduzetnika, poduzetničke klime u Republici Hrvatsko i poduzetnički potpornih institucija. Za razliku od teorijskog okvira, u trećem dijelu je predstavljeno empirijsko istraživanje stavova studenata o poduzetničkim inkubatorima, dok su u četvrtom dijelu rada iznesene zaključne odrednice proučavane tematike. Naime, na kraju, prikazan je i popis korištene literature, slika i grafikona te je predstavljen i sažetak s ključnim riječima na hrvatskom i engleskom jeziku.

2. TEORIJSKI OKVIR ZA ANALIZU PODUZETNIČKIH INKUBATORA

Prije same razrade prethodno navedene i definirane tematike, potrebno je naglasiti kako je poduzetništvo zapravo aktivnost ostvarivanja određenih ideja, te u skladu s tim predstavlja neizostavnih faktor današnjih razvijenih društava. Naime, mnogobrojne odrednice, kao što su primjerice ulaganje u ideje, zapošljavanje, postizanje konkurentnosti, razne inicijative i sl., čine poduzetništvo jednom od najvažnijih grana današnje suvremene ekonomije.

Gledajući s aspekta poduzetništva kao primarne djelatnosti, vidljivo je kako je prisutno u ljudskom društvu od vremena nastanka ljudskih zajednica, odnosno od pojave zajednica koje su djelovale sa zajedničkim ciljevima. Poduzetništvo se s vremenom, pa tako i danas, uvelike mijenjalo, i to prvenstveno pod velikim utjecajem razvoja i suvremenog svijeta, razvoja postmodernističkog tržišta i globalizacijskih procesa. U današnje vrijeme, nepostojanje granica među pojedinim državama poslovnom svijetu omogućuje rast, napredak i cjelokupni razvoj u svim aspektima i smjerovima. Stoga, globalno i međunarodno poduzetničko povezivanje, rezultiralo je razvojem novih ideja, povećanjem dobiti i odgovornosti, razvojem poduzetničkih vještina i suradnje među brojnim poduzetnicima i organizacijama.

2.1. Pojam poduzetnika i poduzetništva

U današnje vrijeme, poduzetnici moraju biti spremni na preuzimanje rizika, a želja za promjena predstavlja njihov „glavni pokretač i motiv za pronalazak novih i još neotkrivenih stvari“¹. U nastavku teksta, na slici 1, prikazan je glavni poduzetnički motiv.



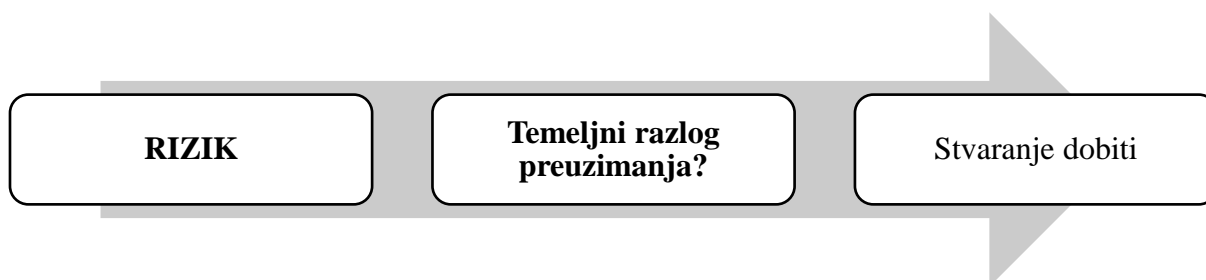
Slika 1. Glavni poduzetnički motiv

Izvor: Izrada autorice prema: Kolaković, M. (2006): Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Sinergija d.o.o., Zagreb., str. 19.

Pojmovno određenje poduzetnika najčešće definira činjenicu kako je poduzetnik zapravo „osoba koja pokreće nove poslove te samostalno organizira i kontrolira tijekom poslovanja“².

¹ Kolaković, M. (2006): Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Sinergija d.o.o., Zagreb., str. 19.

Također, poduzetnik stvara i nove poslovne mogućnosti, i to unatoč riziku i neizvjesnosti, u svrhu stjecanja rasta i profita. Stoga, može se reći kako poduzetnici također identificiraju i nove prilike kroz prikupljanje neophodnih resursa. Nadalje, poduzetnik se može predstaviti i kao „*vlasnik poduzeća, odnosno kao osoba koja upravlja ljudskim i materijalnim resursima te preuzimanja rizik kako bi ostvario dobit*“³. U nastavku teksta, na slici 2, prikazan je temeljni razlog preuzimanja rizika.



Slika 2. Temeljni razlog preuzimanja rizika

Izvor: Izrada autorice prema: Hrvatska enciklopedija (2018): Poduzetnik, [Internet], raspoloživo na: <http://www.enciklopedija.hr/>, [25.08.2018.]

Poduzetnici posluju na vlastiti rizik, no isto tako raspolažu i određenim sredstvima koja su potrebna za pojedinu gospodarsku djelatnost. Također, poduzetnici samostalno donose odluke koje obuhvaćaju poduzetničku djelatnost, te provode i ostale radnje:⁴

- organiziraju i kombiniraju proizvodne činitelje,
- koordiniraju njihovo djelovanje,
- nadziru,
- rukovode, i
- upravljaju cjelokupnim radom i poslovanjem.

Spremnost na prethodno navedeni rizik bavljenja poduzetništvom predstavlja prvu i osnovnu karakteristiku poduzetnik, a kako bi netko postao poduzetnikom, nije dovoljno samo postojanje dobre volje i početnog kapitala. Sukladno navedenoj tvrdnji, poduzetnik mora imati i sljedeće karakteristike:⁵

² Ibidem., str. 19.

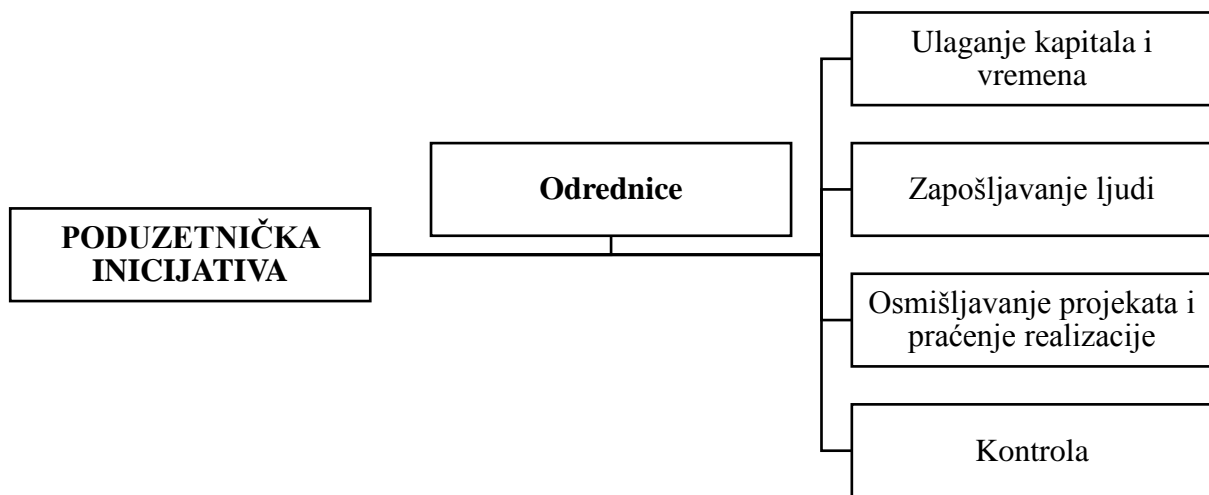
³ Hrvatska enciklopedija (2018): Poduzetnik, [Internet], raspoloživo na: <http://www.enciklopedija.hr/>, [25.08.2018.]

⁴ Vuković, I. (1999): Ekonomika poduzetništva u hotelijerstvu, Dalmatina, Zagreb., str. 15.

⁵ Škorić, A. (1995): Uvod u poduzetništvo, HITA – CONSULTING, Zagreb., str. 10.

- inovativnost,
- razumno preuzimanje rizika,
- samouvjerenost,
- sposobnost postavljanja ciljeva,
- odgovornost, i
- ekonomsko i financijsko znanje.

Isto tako, poduzetnik je „inicijator novih poduzetničkih pothvata, i to iz razloga jer ulaže kapital i vrijeme, zapošljava ljude, osmišljava projekte i prati njihovo ostvarenje te obavlja kontrolu kako bi ostvario što veću dobit“⁶. U nastavku teksta, na slici 3, prikazane su temeljne odrednice poduzetničke inicijative.



Slika 3. Temeljne odrednice poduzetničke inicijative

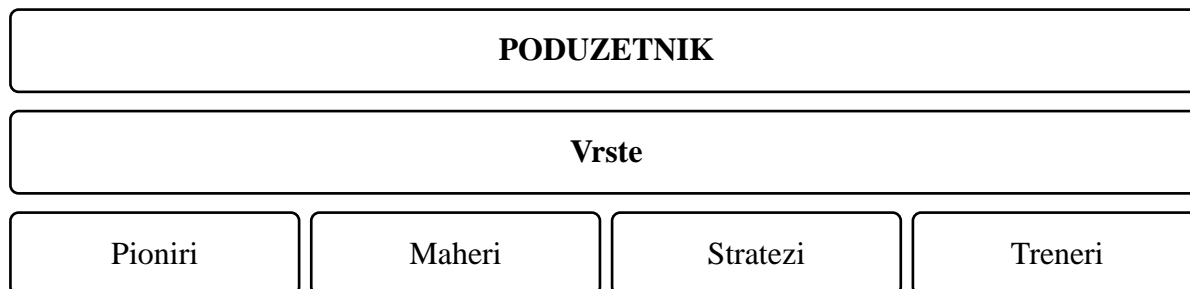
Izvor: Izrada autorice prema: Hisrich, R., Petets, M., Shepherd, D. (2008): Poduzetništvo. MATE d.o.o., Zagreb., str. 6.

Poduzetnik mora biti sposoban „*pronalaziti uspješne poslovne ideje, poslovne akcije, mjesto na tržištu, te pronalaziti proizvode i brzo ih i na vrijeme uspješno realizirati, pronalaziti kadrove, kapital i organizaciju, oduševiti i ponijeti svoje suradnike*“⁷. Za poduzetnike u današnje vrijeme nije dovoljno da budu dobri menadžeri, nego moraju biti i dobri lideri. Također, nije dovoljno da dobro poduzetnici dobra obavljaju zadatke, već je od iznimne

⁶ Hisrich, R., Petets, M., Shepherd, D. (2008): Poduzetništvo. MATE d.o.o., Zagreb., str. 6.

⁷ Gorupić, D., Gorupić, D. (1990): Poduzeće – postanak i razvoj poduzetništva i poduzeća, Informator & Hunjet, Zagreb., str. 17.

važnosti da postavljaju „prave“ zadatke. U nastavku teksta, na slici 4, prikazane su vrste poduzetnika.



Slika 4. Vrste poduzetnika

Izvor: Izrada autorice prema: Kolaković, M. (2006): Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Sinergija d.o.o., Zagreb., str. 22.

Pioniri su „osnivači malog poduzeća i pojavljuju se u fazi izgradnje poduzeća“⁸, te se može reći kako su puni ideja, energije i odlučnosti. U odnosu na pionire, maheri su ambiciozni, snaži i autoritativni poduzetnici koji se pojavljuju u fazi rasta poduzeća, te su „vrlo dobro organizirani i uspješno vode svoje poduzeće“⁹. Stratezi su „mislioci i vrlo angažirani poduzetnici željni uspjeha u fazi diferencijacije proizvoda“¹⁰, dok su treneri poduzetnici sa istaknutim liderskim sposobnostima koji oko sebe šire pozitivnu emocionalnu klimu.

Za razliku od temeljnih teorijskih odrednica poduzetnika, poduzetništvo u etimološkom smislu predstavlja „poduzetništvo izuzetno kompleksnog karaktera koje uključuje višu razinu sposobnosti uočavanja i realizacije poslovnih prilika što omogućuje poslovni uspjeh ukoliko poduzetnik prihvaća poslovnu neizvjesnost, odnosno rizik“¹¹. Također, poduzetništvo se može definirati i kao „proces potican inicijativom koja u sebi nudi inovativnost i nikad se ne miri s postojećim stanjem“¹². Prema tome, može se reći kako dolazi do novih ideja i promjena, no prilikom samog teorijskog određenja, u obzir je također potrebno uzeti i:¹³

- inovacije,
- rad,
- rizik,

⁸ Kolaković, M. (2006): Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Sinergija d.o.o., Zagreb., str. 22.

⁹ Ibidem., str. 22.

¹⁰ Ibidem., str. 22 – 23.

¹¹ Škrtić, M., Vouk, R. (2006): Osnove poduzetništva i menadžmenta, Katma d.o.o, Zagreb., str. 34.

¹² Škrtić, M., Mikić, M. (2011): Poduzetništvo, Sinergija d.o.o., Zagreb., str. 2.

¹³ Ibidem., str. 2.

- maštovitost,
- znanje,
- obrazovanje,
- planiranje,
- procjenu,
- predviđanje,
- motiv,
- moral,
- energiju, i
- smjelost.

Prethodno navedene karakteristike u konačnici određuju društvenu dimenziju poduzetništva, odnosno dimenziju koja kao krajnji rezultata podrazumijeva društveni napredak. U nastavku teksta, na slici 5, prikazano je pojmovno određenje poduzetništva.



Slika 5. Pojmovno određenje poduzetništva

Izvor: Izrada autorice prema: Škrtić, M., Mikić, M. (2011): Poduzetništvo, Sinergija d.o.o., Zagreb., str. 2

Razlozi koji poduzetništvo čine zanimljivim su „sloboda odlučivanja u poslovnim aktivnostima, slobodan odabir ekonomske djelatnosti te psihološki osjećaj da pojedinac intelektualnim radom i kreativnošću stvara novu vrijednost koja je na raspolaganju širokoj javnosti“¹⁴. Osim prethodno navedenih odrednica, može se naglasiti kao je poduzetništvo važan pokretač industrije, gospodarstva i ekonomskog rasta.

Gledajući s makroekonomskog aspekta, „poduzetničkim aktivnostima se može utjecati i na razinu zaposlenosti, stvaranje novih proizvoda ili usluga, tehnološko poboljšanje, te općenito na poticanje razvoja zemlje“¹⁵. Ulazak u određeni poduzetnički pothvat ima brojne prednosti, ali i nedostatke, koje poduzetništvo kao djelatnost nosi sa sobom. Stoga, može se reći kako

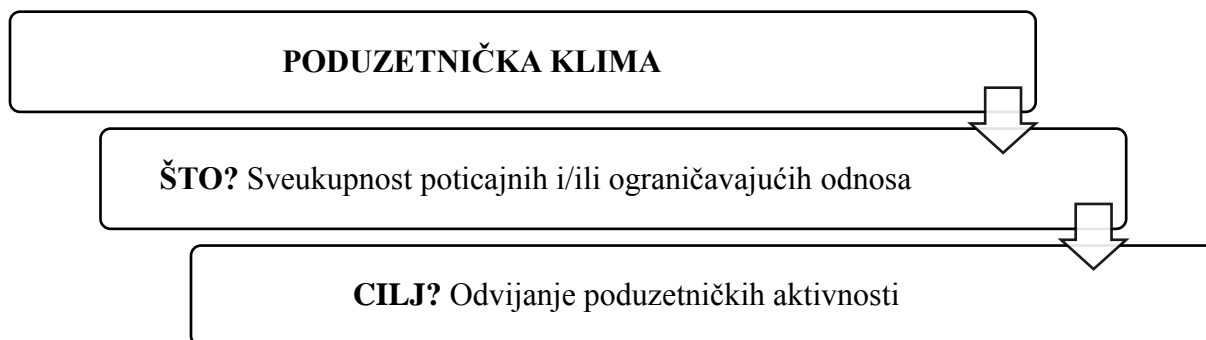
¹⁴ Škrtić, M., Vouk, R. (2006): Osnove poduzetništva i menadžmenta, Katma d.o.o, Zagreb., str. 22.

¹⁵ Ibidem., str. 22.

poduzetnik na temelju individualnog ocjenjivanja prednosti i nedostataka zapravo odlučuje prihvaća li poduzetnički rizik.

2.2. Poduzetnička klima u Republici Hrvatskoj

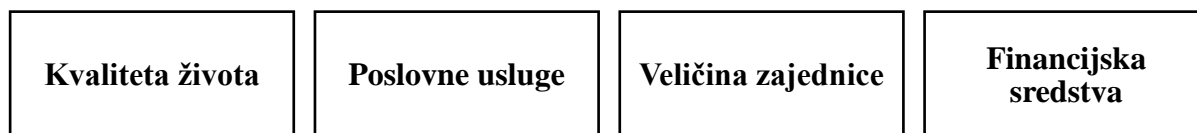
Poduzetnička klima se može definirati kao „sveukupnost poticajnih i/ili ograničavajućih odnosa u kojima se odvijaju poduzetničke aktivnosti“¹⁶, i to primjerice u nekoj državi, regiji ili gradu. U nastavku teksta, na slici 6, prikazano je pojmovno određenje poduzetničke klime.



Slika 6. Pojmovno određenje poduzetničke klime

Izvor: Izrada autorice prema: UNIST (2018): Poduzetništvo i poduzetnička pravila, [Internet], raspoloživo na: <http://personal.oss.unist.hr/>, [26.08.2018.]

Naime, „u današnjem globalnom natjecateljskom okruženju tvrtke su usmjerene na poduzetničko ponašanje, pa menadžeri nastoje stvoriti odgovarajuću poduzetničku klimu“¹⁷. Prema tome, može se reći kako poduzetništvo ima sve značajniju ulogu, i to posebice kao „alat za poticanje lokalnog gospodarskog rasta i razvoja“¹⁸. U nastavku teksta, na slici 7, prikazani su čimbenici koji utječu na poduzetničku klimu.



Slika 7. Čimbenici koji utječu na poduzetničku klimu

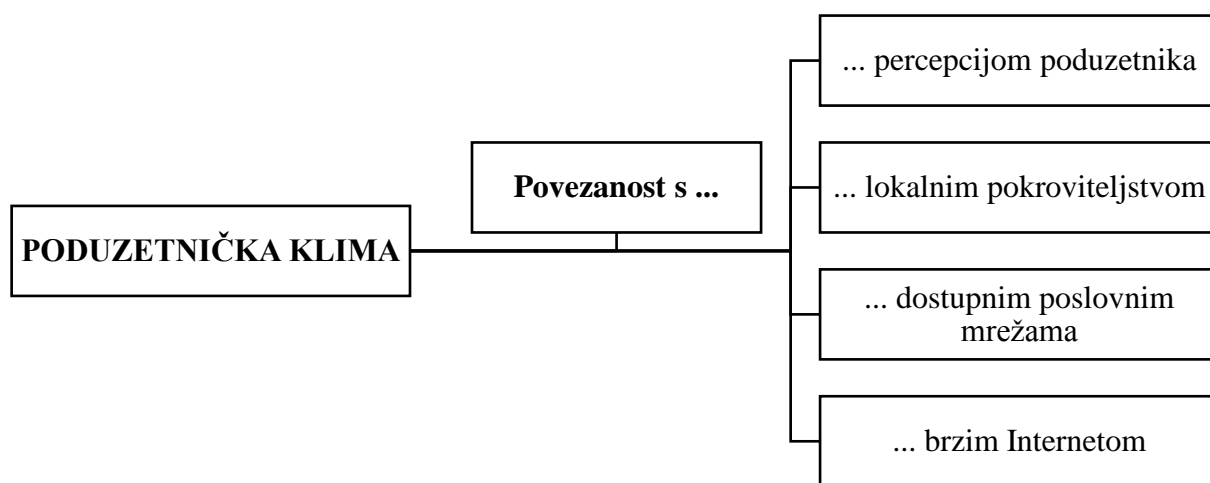
¹⁶ UNIST (2018): Poduzetništvo i poduzetnička pravila, [Internet], raspoloživo na: <http://personal.oss.unist.hr/>, [26.08.2018.]

¹⁷ Bayarçelik, E. B., Özşahinb, M. (2014): How Entrepreneurial Climate Effects Firm Performance?, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 150 (15), pp. 823.

¹⁸ News Bureau (2018): Certain Factors Influence Entrepreneurial Climate, MU Study Finds, [Internet], raspoloživo na: <https://munews.missouri.edu/>, [14.09.2018.]

Izvor: Izrada autorice prema: News Bureau (2018): Certain Factors Influence Entrepreneurial Climate, MU Study Finds, [Internet], raspoloživo na: <https://munews.missouri.edu/>, [14.09.2018.]

U skladu s tim, vidljivo je kako „čimbenici koji mogu utjecati na poduzetničku klimu zajednice uključuju kvalitetu života, poslovne usluge, veličinu zajednice i financijska sredstva“¹⁹. Stoga, „stvaranje klime u kojoj poduzetnici i njihova poduzeća mogu napredovati je od ključnog značaja za povećanje poduzetničke aktivnosti i uspjeha unutar zajednice“²⁰. U nastavku teksta, na slici 8, prikazana je povezanost poduzetničke klime s određenim čimbenicima.



Slika 8. Povezanost poduzetničke klime s određenim čimbenicima

Izvor: Izrada autorice prema: News Bureau (2018): Certain Factors Influence Entrepreneurial Climate, MU Study Finds, [Internet], raspoloživo na: <https://munews.missouri.edu/>, [14.09.2018.]

U odnosu na prethodno navedene, može se reći kako drugi čimbenici, kao što su primjerice „kvaliteta života zajednice, podrška lokalnoj vladi i dostupnost poslovnih usluga i financijskih sredstava, nemaju značajan utjecaj na uspjeh poduzetnika“²¹ kao prethodno prikazani. Također, pokazalo se da je „koncept okruženja za produktivno poduzetništvo funkcija tri dimenzije, odnosno „ekonomskog, političkog i socio – kulturnog okruženja“²². Ekonomska okolina uključuje opće bogatstvo društva, gospodarsku stabilnost i dostupnost kapitala, dok

¹⁹ Ibidem.

²⁰ Ibidem.

²¹ Tubey, R., Nandwa, M. J., Omboto, P. I., Situma, C. M. K. (2018): Entrepreneurship Climate and Its Effect on Entrepreneurial Development in Kenya. International Journal of Innovative Research & Development, 4 (3), pp. 280.

²² Roxas, H. B., Lindsay, V., Ashill, N., Vicorio, A. (2006): An Institutional View of Local Entrepreneurial Climate, Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability, 3 (1), str. 8.

političko okruženje obuhvaća „slobodnu, imovinska prava i decentralizaciju političke moći“²³. I u konačnici, socio – kulturno okruženje se odnosi na pojedine društvene i kulturne norme te uvjerenja.

U današnje vrijeme, dobra poduzetnička klima pretpostavlja tzv. „*poticajnu poduzetničku demokraciju*“²⁴. Naime, poduzetnička klima se može predstaviti i kao poprilično kompleksan fenomen koji je nastao kao rezultat kontinuirane interakcije vanjske i unutarnje okoline poduzeća, a sastoji se od sljedećih elemenata:²⁵

- menadžerske potpore poduzetničkim aktivnostima,
- autonomije menadžmenta u smislu iniciranja i provođenja poduzetničkih aktivnosti,
- dostupnosti vremena za razvoj inovacija,
- optimalnog sustava materijalnog i nematerijalnog nagrađivanja, i
- organizacijskih ograničenja.

U odnosu na navedene odrednice, poduzetničku klimu je moguće procijeniti uz pomoć alata, odnosno sustava za dijagnosticiranje poduzetničke klime pod nazivom, engl. „*Corporate Entrepreneurship Assessment Instrument*, (CEAI), koji „*strateškom menadžmentu omogućuje stjecanje kvalitetnog uvida o razini poduzetničkog okruženja na temelju kojeg može kreirati buduće smjernice razvoja poslovanja*“²⁶.

Danas postoji sve veća potreba za razumijevanjem čimbenika koji utječu na poduzetničku klimu, i to prvenstveno iz perspektive poduzetnika s obzirom na njihovu specifičnu:

- zajednicu,
- grad, i
- regiju.

Gledajući iz perspektive poduzetnika, potrebno je naglasiti kako se lokalna poduzetnička klima može se definirati kao „*skup materijalnih i nematerijalnih okolišnih čimbenika koji oblikuju poduzetničke performanse u zemljopisnom smislu i politički definiranom području*

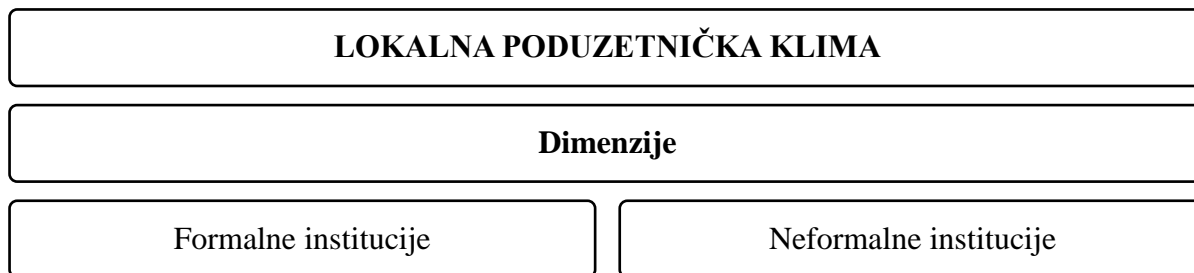
²³ Ibidem., str. 8.

²⁴ UNIST (2018): Poduzetništvo i poduzetnička pravila, [Internet], raspoloživo na: <http://personal.oss.unist.hr/>, [26.08.2018.]

²⁵ Morić Milovanović, B., Kunst, K., Srhoj, S. (2016): Dijagnosticiranje poduzetničke klime – primjer poduzeća u farmaceutskoj industriji, *Ekonomika misao i praksa*, 25 (1), str. 73.

²⁶ Ibidem., str. 73.

kao što je primjerice grad²⁷. U nastavku teksta, na slici 9, prikazane su dimenzije lokalne poduzetničke klime.



Slika 9. Dimenzije lokalne poduzetničke klime

Izvor: Izrada autorice prema: Janković Milić, V., Stanković, J., Marinković, S. (2014): The capacity of local governments to improve business environment: Evidence from Serbia, Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci, 32 (2), str. 233.

Formalne institucije predstavljaju „*skup društvenih, gospodarskih, političkih i zakonskih mehanizama i kolektivnih aktera koji postavljaju pravila koja ograničavaju ponašanje i nude poticaje za mikro, mala i srednja poduzeća*“²⁸. Dakle, može se reći kako formalnost podrazumijeva činjenicu da postoji pravna osnova djelovanja, a isto tako implicira i pravila, zakonske obveze i posljedice pojedinih institucija. Razvoj poduzetničke klime ne ovisi isključivo o utjecaju formalnih institucija.

Također, poduzetnička klima zahtijeva i djelovanje „*neformalnih institucija koje mogu biti jednako utjecajne kao i formalni pravni okvir*“²⁹. Unatoč nedostatku zakonskih mehanizama za provedbu, poput kazni i sankcija, neformalne institucije i njihova provedbena obilježja uključuju „*tradicije, običaje, moralne vrijednosti, vjerska uvjerenja, društvene konvencije i opće prihvaćene načine razmišljanja i djelovanja*“³⁰.

Neformalne institucije mogu „*ograničiti ponašanje pojedinaca koji pripadaju relevantnim društvenim skupinama, a kreiraju se, prenose se i provode izvan službeno sankcioniranih*

²⁷ Roxas, H. B., Lindsay, V., Ashill, N., Vicorio, A. (2006): An Institutional View of Local Entrepreneurial Climate, Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability, 3 (1), str. 8.

²⁸ Ibidem., str. 10.

²⁹ Ibidem., str. 10.

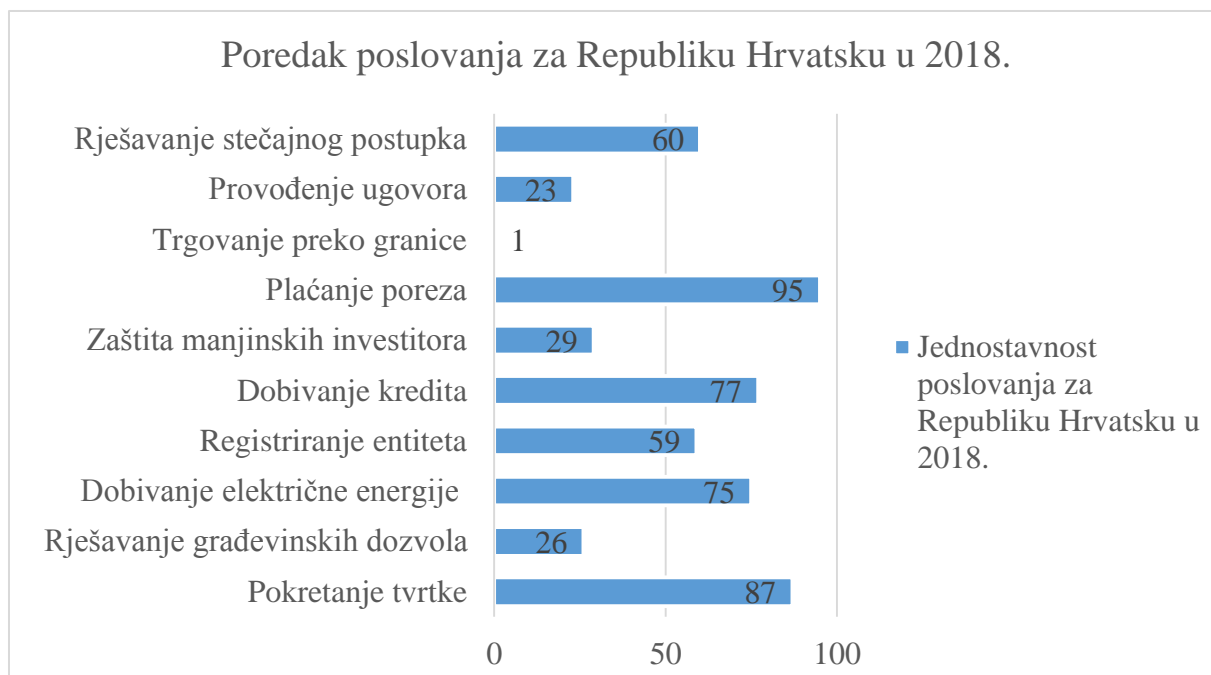
³⁰ Emerald Insight (2018): Institutional outlook of the entrepreneurial climate in Ghana, [Internet], raspoloživo na: <https://www.emeraldinsight.com/>, [14.09.2018.]

³⁰ Ibidem.

kanala³¹. Njihova provedba odvija se putem sankcija, kao što su primjerice protjerivanje iz zajednice i odbacivanje prijatelja. Što se tiče područja Republike Hrvatske, može se reći kako je poduzetnička klima u značajnoj mjeri obilježena:³²

- nedostatkom odgovarajućeg obrazovanja (osposobljenost za poduzetničko djelovanje),
- nekonzistentnim vladinim programima, i
- socio – kulturnim vrijednostima koje slabo podržavaju poduzetničku orijentaciju.

Prethodno navedene odrednice su ujedno i pravci daljnjih istraživanja, ali i preporuke pojedinim nositeljima političkog odlučivanja vezano za eliminiranje pojedinih prepreka, tj. za stvaranje konzistentnog okvira za poduzetništvo na području Republike Hrvatske. Analiza poduzetničke klime u Republici Hrvatskoj se provodi i temelji na „stavovima eksperata prikupljenim polustrukturiranim upitnikom za intervju i dodatnom anketom“³³, gdje ekspert ocjenjuju uvjete poduzetničkog djelovanja, opisane kroz određena područja, te identificiraju tri snage i tri slabosti poduzetničke klime u svojoj zemlji. U nastavku teksta, na grafikonu 1, prikazan je poredak poslovanja u Republici Hrvatskoj za 2018. godinu.



Grafikon 1. Poredak poslovanja u Republici Hrvatskoj za 2018. godinu

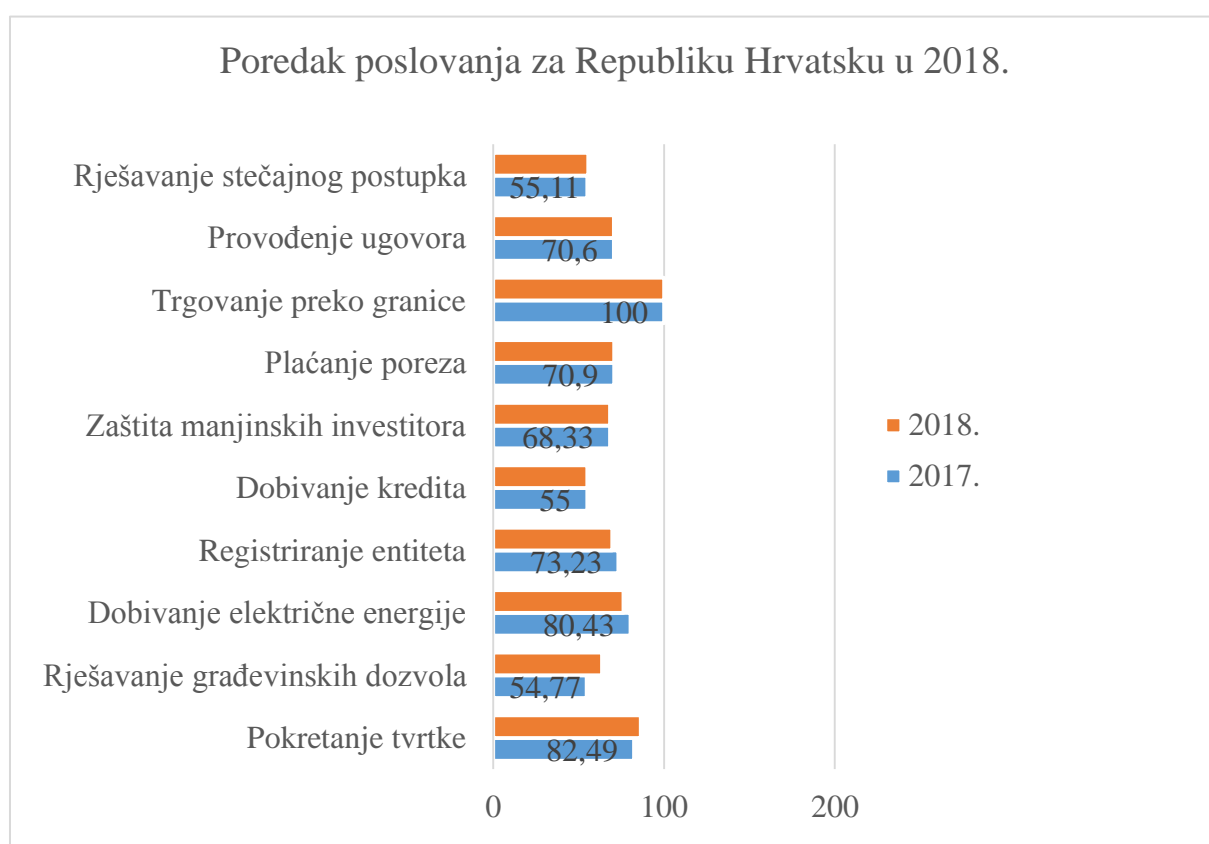
³¹ Williams, N., Vorley, T. (2018): Institutional asymmetry: How formal and informal institutions affect entrepreneurship in Bulgaria, *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 33 (8), pp. 840.

³² GEM Hrvatska (2018): Što Hrvatsku čini (ne)poduzetničkom zemljom?, [Internet], raspoloživo na: <http://www.gemhrvatska.org/>, [26.08.2018.]

³³ Ibidem.

Izvor: Izrada autorice prema: CESIFO Group (2018): Doing Business in Croatia, [Internet], raspoloživo na: <https://www.cesifo-group.de/>, [14.09.2018.]

Kao što je na prethodnom grafikonu prikazano, udaljenosti gospodarstva od granice odražavaju se na skali od 0 do 100, pri čemu 0 predstavlja najnižu izvedbu i 100 predstavlja krajnju granicu. Jednostavnost poslovanja rangova kreće se od 1 do 190. Na navedenom grafikonu trgovanje preko granice (1) predstavlja najnižu izvedbu, dok se plaćanje poreza u 2018. godini interpretira kao najviša izvedba (95). U nastavku teksta, na grafikonu 2, prikazan je indeks DTF (udaljenost od granice) za Republiku Hrvatsku, i to usporedno za 2017. i 2018. godinu.



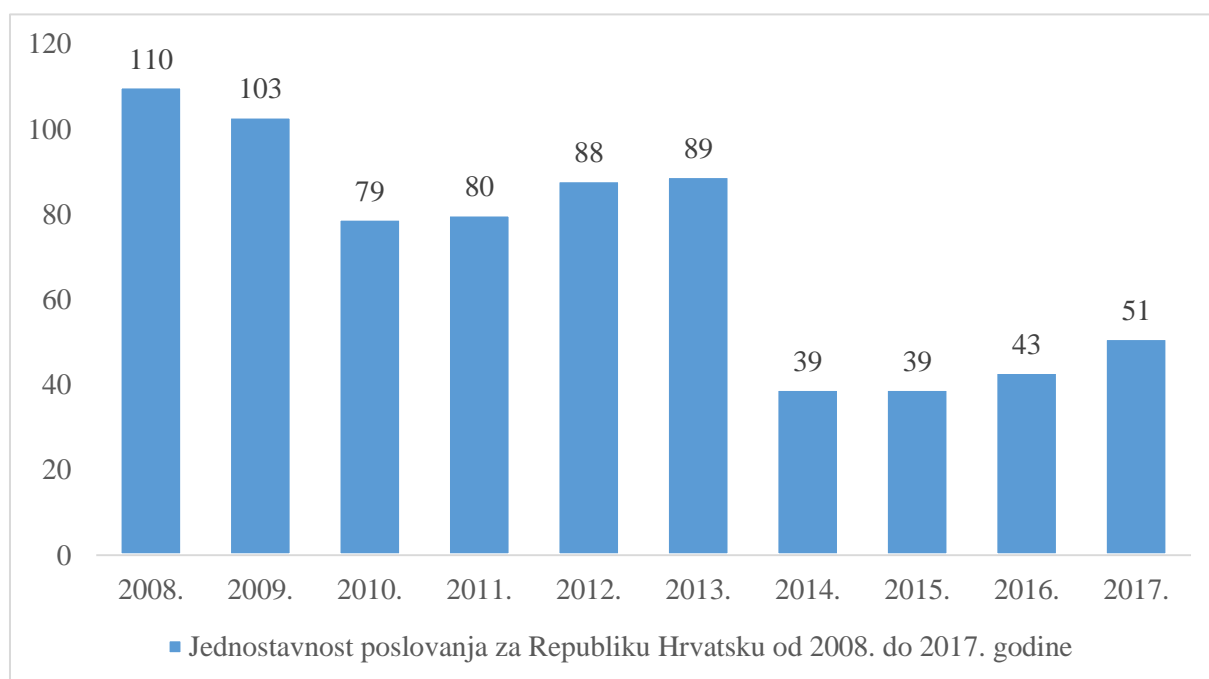
Grafikon 2. DTF za Republiku Hrvatsku – usporedno za 2017. i 2018. godinu

Izvor: Izrada autorice prema: Doing Business (2018): Reforming to Create Jobs, [Internet], raspoloživo na: <http://www.doingbusiness.org/>, [14.09.2018.]

Na prethodnom grafikonu je vidljivo kako je DTF indeks jednak za stavke koje se odnose na dobivanje kredita, zaštitu manjinskih dioničara, plaćanje poreza, trgovanje preko granice i provođenje ugovora, i to za 2017. i 2018. godinu.

Za razliku od navedenih stavki, „jednostavnost poslovanja odnosi se na to kako je lako ili teško da poduzetnik uspostavi i vodi poslovanje u skladu s relevantnim propisima“³⁴. Uz pokretanje tvrtke, rješavanje građevinskih dozvola, dobivanje električne energije, registriranje entiteta, dobivanje kredita, zaštitu manjinskih investitora, plaćanje poreza, trgovanje preko granica, provođenje ugovora i rješavanje tečajnog postupka, također se zasebno mjeri i regulacija tržišta rada.

Prema tome, može se reći kako visoki rezultat ukazuje na regulatorno okruženje koje pogoduje uspostavi i poslovanju tvrtke, a olakšavanje poslovanja pozitivno je povezano s koncentracijom poduzeća koja stvaraju radna mjesta i potiču rast. U nastavku teksta, na grafikonu 3, prikazana je jednostavnost poslovanja za Republiku Hrvatsku od 2008. do 2017. godine.



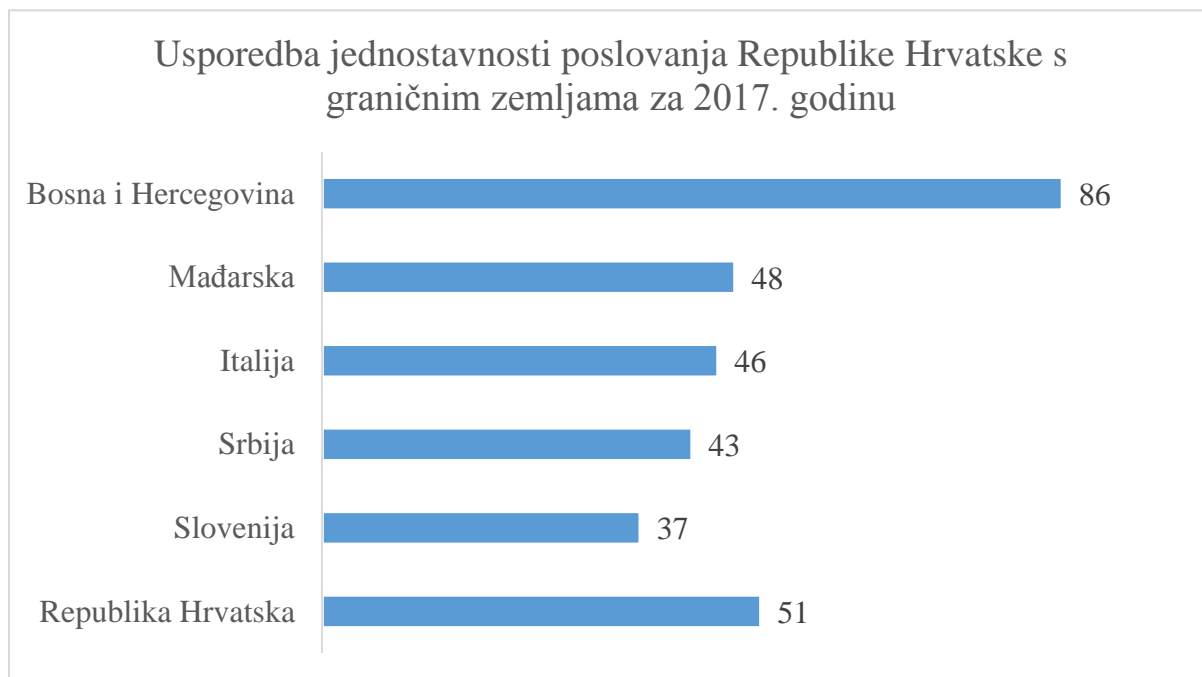
Grafikon 3. Jednostavnost poslovanja za Republiku Hrvatsku od 2008. do 2017. godine

Izvor: Izrada autorice prema: Trading Economics (2018): Ease of Doing Business in Croatia, [Internet], raspoloživo na: <https://tradingeconomics.com/>, [14.09.2018.]

Republika Hrvatska se nalazi na 51. mjestu među 190 ekonomija u jednostavnosti poslovanja, i to prema najnovijim godišnjim ocjenama Svjetske banke, engl. „World Bank“ (WB). Naime, do pogoršanja je došlo u 2017., i to s 46 na 51 u odnosu na 2016. godinu. Jednostavnost

³⁴ CESIFO Group (2018): Doing Business in Croatia, [Internet], raspoloživo na: <https://www.cesifo-group.de/>, [14.09.2018.]

poslovanja u Republici Hrvatskoj u prosjeku je iznosila 72,10 – od 2008. do 2017. godine, dosegnuvši najviši rang u visini od 110 u 2008. godini, te rekordno niski rang od 39 u 2014. i 2015. godini. U nastavku teksta, na grafikonu 4, prikazana je usporedba jednostavni poslovanja Republike Hrvatske, i to u usporedbi s graničnim zemljama (Slovenijom, Srbijom, Italijom, Mađarskom te Bosnom i Hercegovinom) u 2017. godini.



Grafikon 4. Usporedba jednostavnosti poslovanja Republike Hrvatske s graničnim zemljama za 2017. godinu

Izvor: Izrada autorice prema: Trading Economics (2018): Ease of Doing Business in Croatia, [Internet], raspoloživo na: <https://tradingeconomics.com/>, [14.09.2018.]

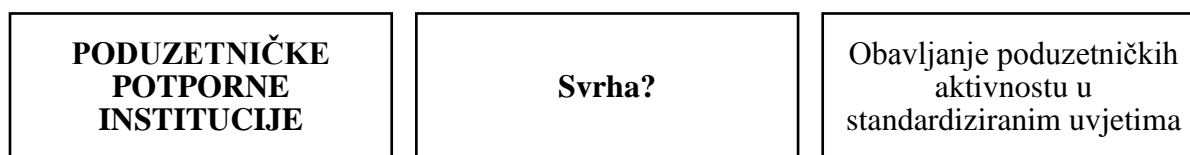
Na prethodnom grafikonu je vidljiva usporedba Republike Hrvatske s graničnim zemljama, odnosno Slovenijom, Srbijom, Italijom, Mađarskom te Bosnom i Hercegovinom, za 2017. godinu. Prema tome, može se reći kako najbolje uvjete ima Slovenija, Srbija, Italija, Mađarska, Republika Hrvatska te u konačnici Bosna i Hercegovina s najvišim rangom (86).

2.3. Poduzetničke potporne institucije

Poduzetničke zone, kao i potporne institucije, uvelike „omogućavaju obavljanje poduzetničkih aktivnosti u standardiziranim uvjetima visoke infrastrukturne opremljenosti“³⁵. Što se tiče poduzetničke infrastrukture u Republici Hrvatskoj, može se reći kako „obuhvaća poduzetničke zone i poduzetničke potporne institucije, a osnovna pitanja njihovog uređenja“³⁶ sadržana su u „Zakonu o unapređenju poduzetničke infrastrukture“. Poduzetničke potporne institucije su zapravo gospodarski subjekti koji su usmjereni na stvaranje:

- kvalitetnog, i
- korisnički orijentiranog poduzetničkog okruženja u Republici Hrvatskoj.

U današnje vrijeme, poduzetničke potporne institucije provode razne programe usmjerene na razvoj poduzetništva. U nastavku teksta, na slici 7, prikazana je svrha poduzetničke potporne institucije.



Slika 10. Svrha poduzetničke potporne institucije

Izvor: Izrada autorice prema: Središnji državni portal (2018): Poduzetnička infrastruktura, [Internet], raspoloživo na: <https://gov.hr/>, [27.08.2018.]

Poduzetničko okruženje, kao sastavni dio poduzetničkih potpornih institucija, „uključuje pristup izvora financiranja, povoljne vladine politike i programe te pristup profesionalnim uslugama“³⁷. Međutim, kako bi poduzetničko okruženje imalo utjecaj na razvoj pojedinih poduzetničkih aktivnosti, brojna istraživanja ukazuju na potrebu „međusobnog povezivanja svih elemenata poduzetničkog okruženja“³⁸, i to za:

- prijenos znanja,
- stvaranje novih proizvoda i usluga, i

³⁵ Središnji državni portal (2018): Poduzetnička infrastruktura, [Internet], raspoloživo na: <https://gov.hr/>, [27.08.2018.]

³⁶ Ibidem.

³⁷ CEPOR (2018): Role of Entrepreneurship Support Institutions in Development of the Economy of Eastern Croatia – Case of Centre for Entrepreneurship Osijek, [Internet], raspoloživo na: <http://www.cepor.hr/>, [16.09.2018.]

³⁸ Ibidem.

- stvaranje veće konkurentnosti sektora malog i srednjeg poduzetništva.

Mnogobrojna istraživanja povezanosti određene razine poduzetničke aktivnosti i gospodarskog razvoja temelje se na „*uvjetima razvoja poduzetništva, razini poduzetničke aktivnosti (stavovi, pokretanje poduzetničkih pothvata, inovacije, ulazak u nova tržišta, konkurencija i odabir među pokrenutim poduzetničkim pothvatima), kao i na njihovom međusobnom odnosu*“³⁹, što u konačnici vodi prema:

- samoostvarenju i osobnom bogatstvu,
- inovativnosti,
- konkurentnosti, i
- gospodarskom rastu.

Na prethodno navedeni način, definiraju se uvjeti za razvoj poduzetništva, i to na tri razine – osobnoj, kulturnoj i institucionalnoj razini.

U ovom dijelu završnog rada, predstaviti će se i definirati poduzetnički inkubatori, studentski poduzetnički inkubator na Ekonomskom fakultetu u Splitu te ostale poduzetničke potporne institucije.

2.3.1. Poduzetnički inkubatori

Poduzetnički inkubator predstavlja „*ograničen prostor na kojemu se koncentriraju novostvorena poduzeća, a cilj mu je unaprijediti mogućnost rasta i osigurati korisnika pružajući im prostor sa zajedničkom infrastrukturom, menadžerskom podrškom i stručnom pomoći kroz savjetovanje*“⁴⁰. S druge strane, može se reći kako poduzetnički inkubatori predstavljaju i „*jedan od alata za ekonomski razvoj korištenjem niza resursa i usluga*“⁴¹. U nastavku teksta, na slici 11, prikazan je osnovni cilj poduzetničkih inkubatora.



Slika 11. Osnovni cilj poduzetničkih inkubatora

³⁹ Ibidem.

⁴⁰ Čizmadija, I., Stanković, D. (2011): Poduzetnički inkubatori u edukaciji za poduzetništvo, Učenje za poduzetništvo, 1 (1), str. 130.

⁴¹ Ibidem., str. 131.

Izvor: Izrada autorice prema: Čizmadija, I., Stanković, D. (2011): Poduzetnički inkubatori u edukaciji za poduzetništvo, Učenje za poduzetništvo, 1 (1), str. 131.

Kao što je na prethodnoj slici prikazano, osnovni cilj inkubatora se odnosi na činjenicu kako je potrebno proizvesti uspješna poduzeća, i to poduzeća koja su nakon inkubacije financijski samoodrživa i neovisna. Prvenstveno, poduzetnički inkubatori „generiraju nove male tvrtke koje tek počinju poslovati ili su u fazi rasta i razvoja te nemaju vlastiti prostor“⁴². Na temelju inovacijskih ili poduzetničkih projekata, male tvrtke se razvijaju uz stručnu pomoć u samom inkubatoru. Temeljna karakteristika poduzetničkog inkubatora je da „mogu biti financijski podržavani temeljem posebnih programa nadležnih ministarstava u onim sredinama u kojima se utvrdi ispunjenje potrebnih preduvjeta“⁴³, kao što su primjerice:

- postojanje poslovnog prostora,
- zainteresiranost i potreba poduzetnika, i
- interes lokalne uprave i drugih institucija za taj oblik organiziranosti.

Naime, „u procesu inkubacije poduzetnički inkubatori novim i tzv. startup tvrtkama pomažu razviti poslovnu ideju te ju pretvoriti u funkcionalni i financijski stabilan projekt“⁴⁴, i to nudeći im razne usluge.

Također, može se reći kako su poduzetnički inkubatori i „registrirane pravne osobe zadužene za pomoć i podršku poduzetnicima u ranoj fazi razvoja poduzetničkih projekata“⁴⁵. Naime, vidljivo je kako poduzetnički inkubatori pružaju stručnu tehničku, odnosno edukativnu pomoć, i to prvenstveno za pokretanje poduzetničkih projekata i poduzeća, kao i njihov brz te održiv razvoj.

Primjerice, može se reći kako poduzetnički inkubatori „pružaju podršku uspješnom razvoju poduzetništva kroz niz poslovnih usluga i resursa, uključujući poslovne (radne) prostore po povoljnijim uvjetima za poduzetnike početnike od prve do treće godine poslovanja“⁴⁶. Nadalje, poduzetnički inkubatori za nove tehnologije predstavljaju i obuhvaćaju specijalizirane poslovne subjekte, odnosno subjekte s tematskim fokusom i usmjerenjem na

⁴² Ibidem., str. 131.

⁴³ Ibidem., str. 131.

⁴⁴ Mirakul (2018): Stvaranje poduzetničke poslovne klime, [Internet], raspoloživo na: <https://www.mirakul.hr>, [28.08.2018.]

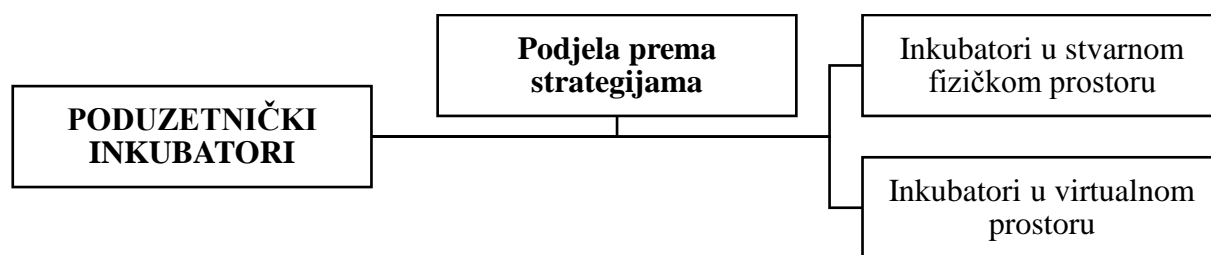
⁴⁵ Razvojna agencija Zagreb (2018): Poduzetničke potporne institucije, [Internet], raspoloživo na: <https://www.raza.hr/>, [16.09.2018.]

⁴⁶ Ibidem.

područja nove, tj. visoke tehnologije. Stoga, poslovni subjekti „*podržavaju pokretanje i rast inovativnog poduzetništva kroz inkubacijske programe, te koji novoosnovanim inovativnim poduzećima sličnog profila i interesa pružaju resurse i profesionalne usluge*“⁴⁷ potrebne za daljnji rast i razvoj.

Potrebno je naglasiti kako početne programe poduzetnika često „*sponzoriraju privatne tvrtke ili općinski subjekti i javne ustanove, kao što su primjerice fakulteti i sveučilišta*“⁴⁸. Sukladno navednim tvrdnjama, može se reći kako je njihov cilj pomoći stvoriti i razvijati mlade tvrtke pružajući im potrebnu podršku i financijske i tehničke usluge. S druge strane, „*inkubatori pružaju brojne prednosti vlasnicima tvrtki, a njihov ured i proizvodni prostor nude se ispod tržišnih stopa, dok njihovo osoblje isporučuje savjete i potrebnu stručnost u razvoju poslovnih i marketinških planova, kao i pomaganje u financiranju novih tvrtki*“⁴⁹. Isto tako, za poslovne inkubatore se može reći kako su to „*organizacije usmjerene na ubrzanje rasta i uspjeha tvrtki za pokretanje posla, a često predstavljaju i dobar put do stvaranja profita, i to preko državnih vlada, koalicija za gospodarski razvoj i drugih investitora*“⁵⁰.

U današnje vrijeme, poduzetnički inkubatori se razlikuju u svojim strategijama, i to iz razloga jer se neki nalaze u stvarnom fizičkom prostoru koji je namijenjen poticanju umrežavanja među poduzetnicima i njihovim trenerima, dok drugi djeluju na virtualnoj osnovi. U nastavku teksta, na slici 12, prikazana je podjela poduzetničkih inkubatora prema strategijama.



Slika 12. Podjela poduzetničkih inkubatora prema strategijama

Izvor: Izrada autorice prema: Entrepreneur (2018): Getting Started With Business Incubators, [Internet], raspoloživo na: <https://www.entrepreneur.com/>, [16.09.2018.]

⁴⁷ Ibidem.

⁴⁸ Entrepreneur (2018): Business Incubator, [Internet], raspoloživo na: <https://www.entrepreneur.com/>, [16.09.2018.]

⁴⁹ Ibidem.

⁵⁰ Entrepreneur (2018): Getting Started With Business Incubators, [Internet], raspoloživo na: <https://www.entrepreneur.com/>, [16.09.2018.]

Poduzetnički inkubatori ponekad sami sebe nazivaju akceleratorima, i to posebice kada su usmjereni prema pokretanju tvrtki. Naime, korisne prednosti koje mogu biti od velikom značaja poduzetničkim inkubatorima podrazumijevaju:

- stalno mentorstvo, i
- umrežavanje s poduzetnicima.

U odnosu na poduzetničke inkubatore, može se reći kako su akceleratori „*zainteresirani za postizanje istog ukupnog cilja*“⁵¹ pomažući poboljšanju vjerojatnosti uspjeha za tzv. „*startup*“.

2.3.2. Studentski poduzetnički inkubator na Ekonomskom fakultetu u Splitu

Poduzetnici početnici, i to posebice studenti, predstavljaju neizostavnu kariku u revitalizaciji gospodarstva i generiranju novih radnih mjesta. Ipak, može se reći kako studenti još uvijek pripadaju tzv. „*ranjivoj*“ skupini kojoj nedostaju adekvatna znanja i vještine, i to kako bi uspješno započeli i vodili poduzetnički pothvat. Sukladno tome, „*potrebno im je osigurati podršku u svim fazama poduzetničkog procesa – od prepoznavanja poslovne ideje, financiranja pa sve do izlaska na tržište*“⁵². U današnje vrijeme, smatra se kako „*iskustva inkubatora povezanih s visokoškolskim institucijama daju kvalitetne poduzetničke projekte, te zbog toga studentski poduzetnički inkubatori imaju važnu ulogu u gospodarskom rastu, a osnivaju se većinom u sklopu visokoobrazovnih institucija*“⁵³ predstavljajući mjesto gdje se spajaju:

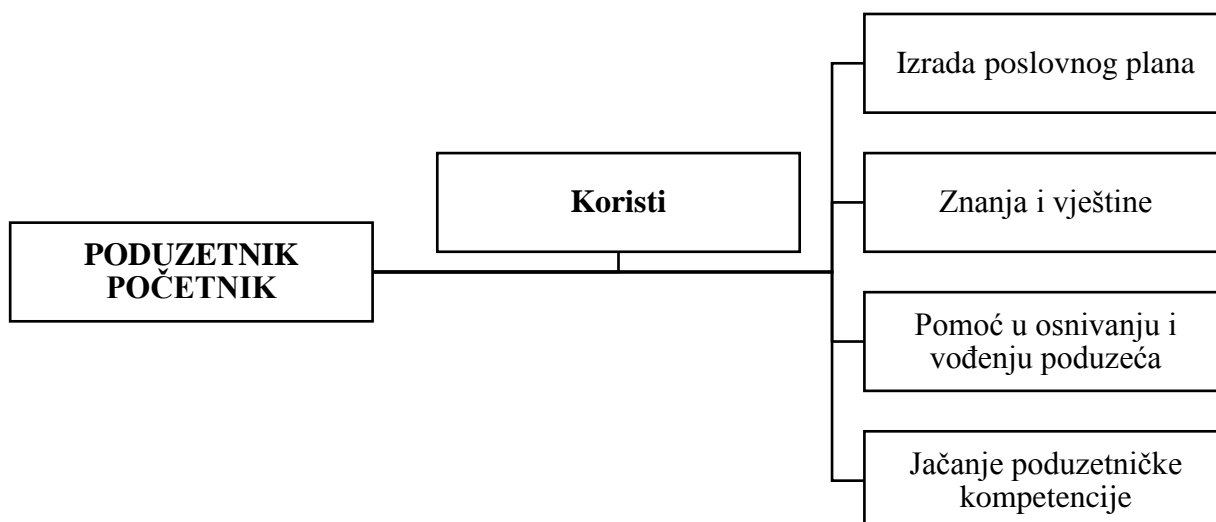
- obrazovanje,
- istraživački rad, i
- ekonomija.

U nastavku teksta, na slici 13, prikazane su koristi za poduzetnička početnika.

⁵¹ Business New Daily (2018): Business Incubators and Accelerators: Here's the Big Difference, [Internet], raspoloživo na: <https://www.businessnewsdaily.com/>, [16.09.2018.]

⁵² Ivanković, D., Nedović, M., Đapić, D. (2015): Student Business Incubator: an Institutional Perspectives of New Ventures, Obrazovanje za poduzetništvo – E4E, 5 (2), str. 45.

⁵³ Ibidem., str. 46.



Slika 13. Koristi za poduzetnika početnika

Izvor: Izrada autorice prema: Ivanković, D., Nedović, M., Đapić, D. (2015): Student Business Incubator: an Institutional Perspectives of New Ventures, *Obrazovanje za poduzetništvo – E4E*, 5 (2), str. 47.

Stoga, studentski poduzetnički inkubatori predstavljaju novi oblik „*startup*“ inkubatora, „*gdje, za razliku od drugih inkubatora, korisnici nisu gospodarski subjekti već mladi ljudi koji nemaju svoje poduzeće*“⁵⁴. U skladu s navedenim teorijim odrednicama, može se reći da su studentski poduzetnički inkubatori zamišljeni kao alati za razvoj gospodarstva, odnosno kao alati za „*stvaranje novih radnih mjesta, predstavljajući jedan od najrazvijenijih sustava za potporu novim poduzećima*“⁵⁵.

Temeljna „*uloga studentskog poduzetničkog inkubatora usmjerena je na pružanje stručne i savjetodavne pomoći s ciljem osnaživanja studentske populacije za poduzetničko razmišljanje i djelovanje, odnosno pokretanje i vođenje poduzeća*“⁵⁶. U odnosu na ulogu, cilj studentskog inkubatora obuhvaća tzv. „*proizvodnju*“ uspješnih poduzeća koja su pri izlasku iz inkubatora financijski samoodrživa i neovisna.

Studentski poduzetnički inkubator (SPI) na Ekonomskom fakultetu u Splitu „*namijenjen je svim proaktivnim i poduzetnim studentima Sveučilišta u Splitu, s ciljem promicanja poduzetništva mladih te povećanja uspješnosti njihovim poduzetničkim pothvata*“⁵⁷. Na taj način, također dolazi i do izražaja veliki problem nezaposlenosti mladih, kao i

⁵⁴ Ibidem., str. 46.

⁵⁵ Ibidem., str. 46.

⁵⁶ Ibidem., str. 47.

⁵⁷ SPI (2018): O nama, [Internet], raspoloživo na: <http://spi.efst.hr/>, [26.08.2018.]

neinformiranost i nemogućnost samozapošljavanja mladi. Naime, Ekonomski fakultet u Splitu je započeo ideju za SPI, i to iz razloga kako bi studenti kroz cijelu akademsku godinu imali prilike za razvoj svojih poslovnih modela. S druge strane, važno je za naglasiti kako su ciljne skupine:

- studenti, i
- diplomanti.

U skladu s navedenim odrednicama, mladi imaju tehnički opremljen prostor za rad pri Ekonomskom fakultetu u „*kojemu mogu razvijati svoje inovacije, te osim samostalnog rada imaju u priliku za dijeljenje ideja s drugima poduzetnik kolegama*“⁵⁸. Stoga, Ekonomski fakultet u Splitu ima 40 godina iskustva rada sa studentima na području poduzetništva, i to kroz razne programe formalnog obrazovanja te putem održavanja treninga, razmjene informacija i umrežavanja.

2.3.3. Ostale poduzetničke potporne institucije

Kao što je i u prethodnom dijelu navedeno, „*poduzetničke potporne institucije su gospodarski subjekti usmjereni na stvaranje kvalitetnog, korisnički orijentiranog poduzetničkog okruženja u Republici Hrvatskoj i provode programe usmjerene na razvoj poduzetništva*“⁵⁹. Ostale poduzetničke potporne institucije su:

- razvojne agencije,
- poduzetnički centri,
- poslovni inkubatori,
- poduzetnički akceleratori,
- poslovni parkovi,
- znanstveno – tehnološki parkovi, i
- centri kompetencije.

Razvojne agencije su „*zadužene su za operativno provođenje mjera za razvoj gospodarstva i poduzetništva, poticanje i privlačenje investicija te iniciranje i realizaciju projekata poticanja gospodarskog razvitka i poduzetništva, objedinjavajući rad gospodarskih subjekata, lokalnih i*

⁵⁸ Ibidem.

⁵⁹ Središnji državni portal (2018): Poduzetnička infrastruktura, [Internet], raspoloživo na: <https://gov.hr/>, [27.08.2018.]

*regionalnih poduzetničkih institucija, te visokoobrazovnih institucija i centara znanja*⁶⁰. Poduzetnički centri su zaduženi za operativno provođenje pojedinih mjera za razvoj i poticanje poduzetništva, i to na lokalnom i/ili širem području, dok su poslovni inkubatori zaduženi za pomoć i podršku poduzetnicima u ranoj fazi razvoja poduzetničkih projekata. Nadalje, poduzetnički akceleratori su zaduženi za pružanje podrške poduzetnicima, i to u tzv. „*post – inkubacijskoj fazi*“, dok s druge strane poslovni parkovi raspolažu „*fizičkim prostorima, zemljištem i resursima za smještaj malih, srednjih i velikih poduzetnika na komercijalnoj osnovi, s posebnim fokusom na privlačenje domaćih i inozemnih investicija*“⁶¹. Znanstveno – tehnološki parkovi se osnivaju zbog komercijalizacije znanstvenih rezultata i poticanja suradnje znanstvenika i gospodarstvenika, dok centri kompetencije provode razne istraživačke projekte razvojnog ili proizvodnog karaktera, odnosno razvijaju kompetencije u pojedinim područjima i granama.

3. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE STAVOVA STUDENATA O PODUZETNIČKIM INKUBATORIMA

U ovom dijelu završnog rada pružit će se uvid u percepciju studenata Ekonomskog fakulteta u Splitu o poduzetničkim inkubatorima, kao i interes za aktivnostima u istim.

3.1. Opće karakteristike uzorka

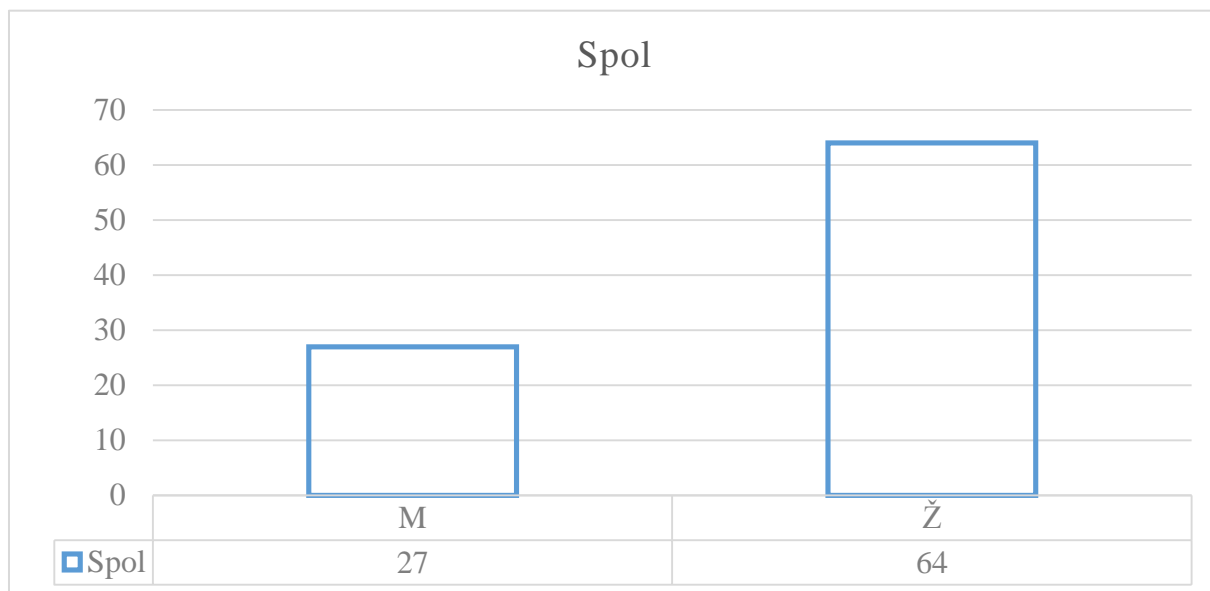
Za potrebe završnog rada korišteni su podaci dobiveni primarnim istraživanjem, odnosno istraživanjem provedenim među studentima Ekonomskog fakultet u Splitu putem društvene mreže „*Facebook*“, i to putem dvije zatvorene grupe kreirane od strane studenata Ekonomskog fakulteta. Istraživanje je provedeno pomoću ankete kreirane u online formi putem „*Google Docs*“ aplikacije, te se može reći kako metoda anketiranja zapravo predstavlja postupak kojim se temeljem anketnog upitnika istražuju i prikupljaju informacije, stavovi i mišljenja o primarnom predmetu istraživanja. Odaziv na anketu je bio zadovoljavajući, i to iz razloga jer je anketu ispunio 91 ispitanika, a anketni upitnik sastoji se od 14 pitanja zatvorenog tipa.

⁶⁰ Ibidem.

⁶¹ Ibidem.

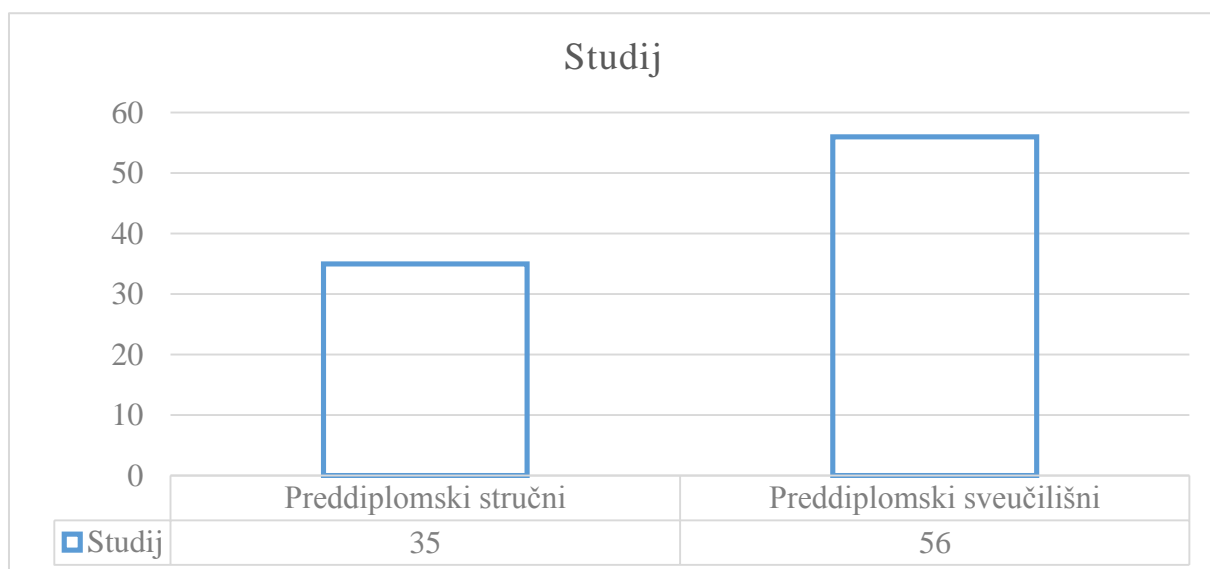
3.2. Rezultati istraživanja

U ovom potpoglavlju završnog rada, interpretirat će se rezultati provedenog istraživanja. U nastavku teksta, na grafikonu 5, prikazan je spol ispitanika.



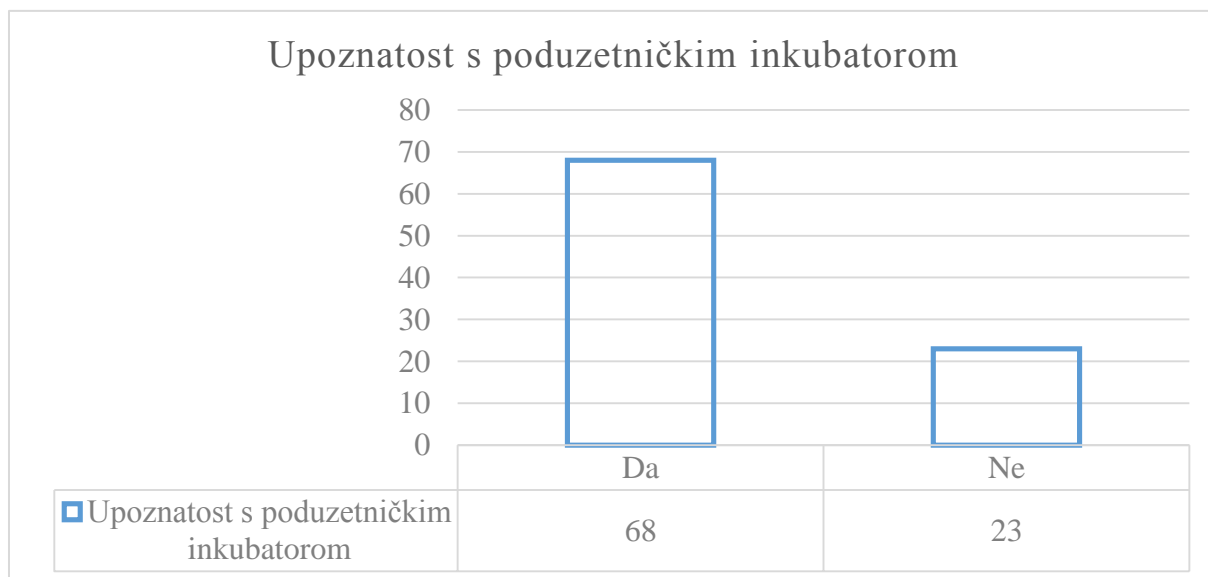
Grafikon 5. Spol ispitanika

Na prethodnom grafikonu je vidljivo kako od ukupnog broja ispitanika veći udio zauzimaju žene, i to čak njih 64 (70,3%), dok ostatak od 27 (29,7%) zauzimaju muškarci. U nastavku teksta, na grafikonu 6, prikazana je vrsta studija koju ispitanici pohađaju.



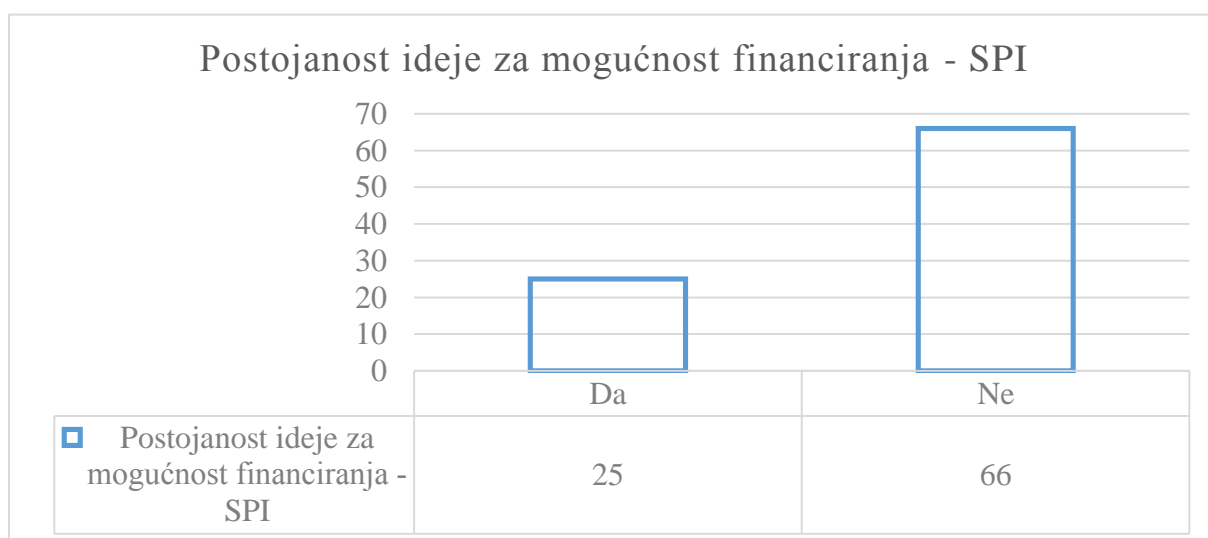
Grafikon 6. Vrsta studija

Od ukupnog broja ispitanika, na grafikonu 6 je prikazano kako preddiplomski stručni studij pohađa 35 ispitanika (38,5%), dok 56 ispitanika (61,5%) pohađa preddiplomski sveučilišni studij. U nastavku teksta, na grafikonu 7, prikazani su stavovi ispitanika vezano za upoznatost s poduzetničkim inkubatorom.



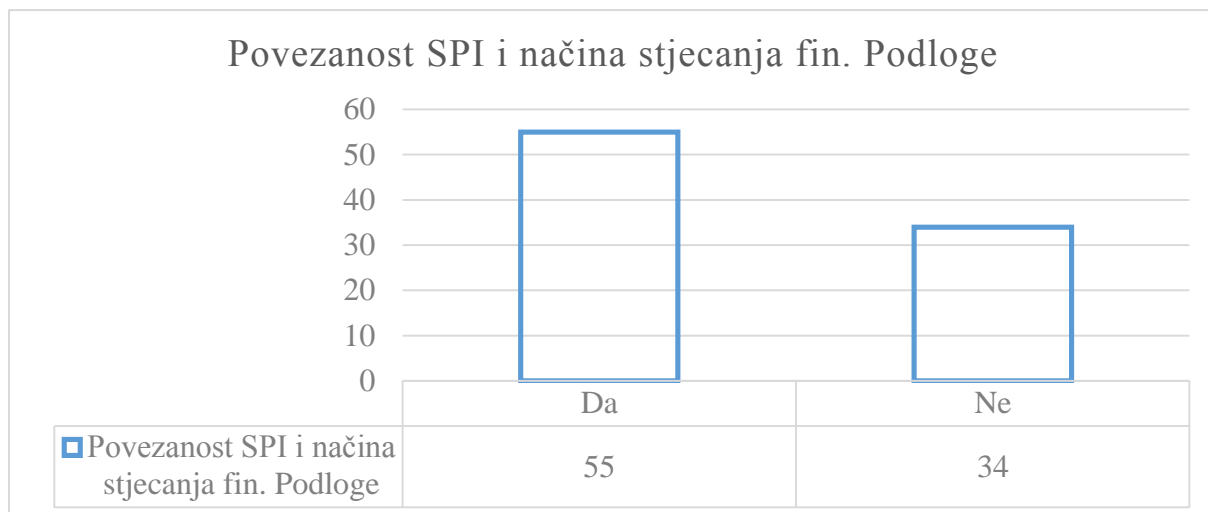
Grafikon 7. Upoznatost s poduzetničkim inkubatorom

Na grafikonu 7 prikazano je da je 68 ispitanika (74,7%) upoznato s poduzetničkim inkubatorom na Ekonomskom fakultetu u Splitu, dok ostatak od 23 ispitanika (25,3%) nije upoznat. U nastavku teksta, na grafikonu 8, prikazani su stavovi ispitanika vezano za postojanje ideje.



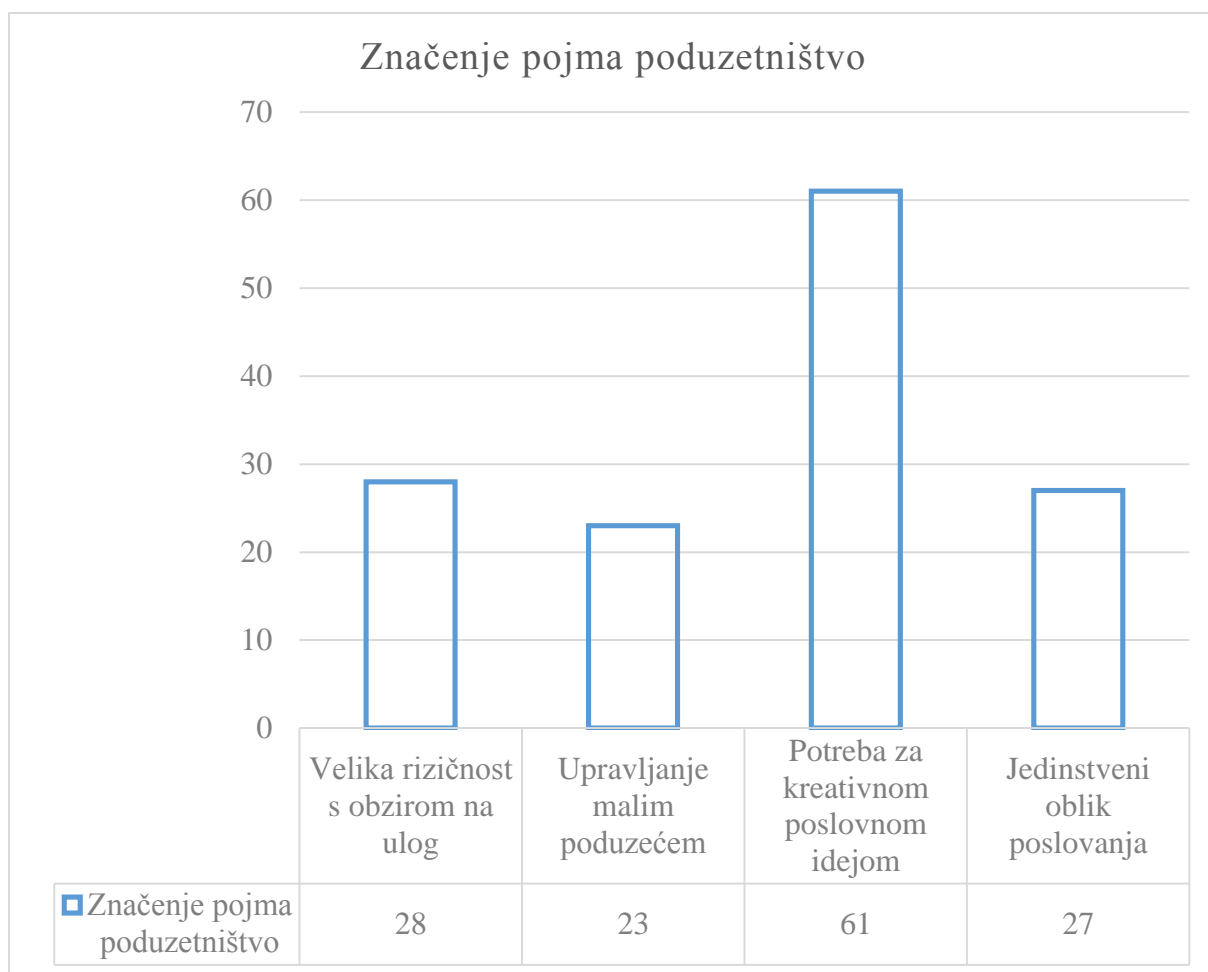
Grafikon 8. Postojanje ideje za mogućnost financiranja

Na grafikonu 8 je prikazano kako je 25 ispitanika (27,5%) navelo kako ima poslovnu ideju za koju bi iskoristili mogućnost financiranja iz studentskih poduzetničkih inkubatora, dok ostatak ispitanika, odnosno njih 66 (72,5%) navodi kako nema ideju. U nastavku teksta, na grafikonu 9, prikazani su stavovi ispitanika vezano za povezanost poduzetničkog inkubatora i načina za stjecanje financijske podloge.



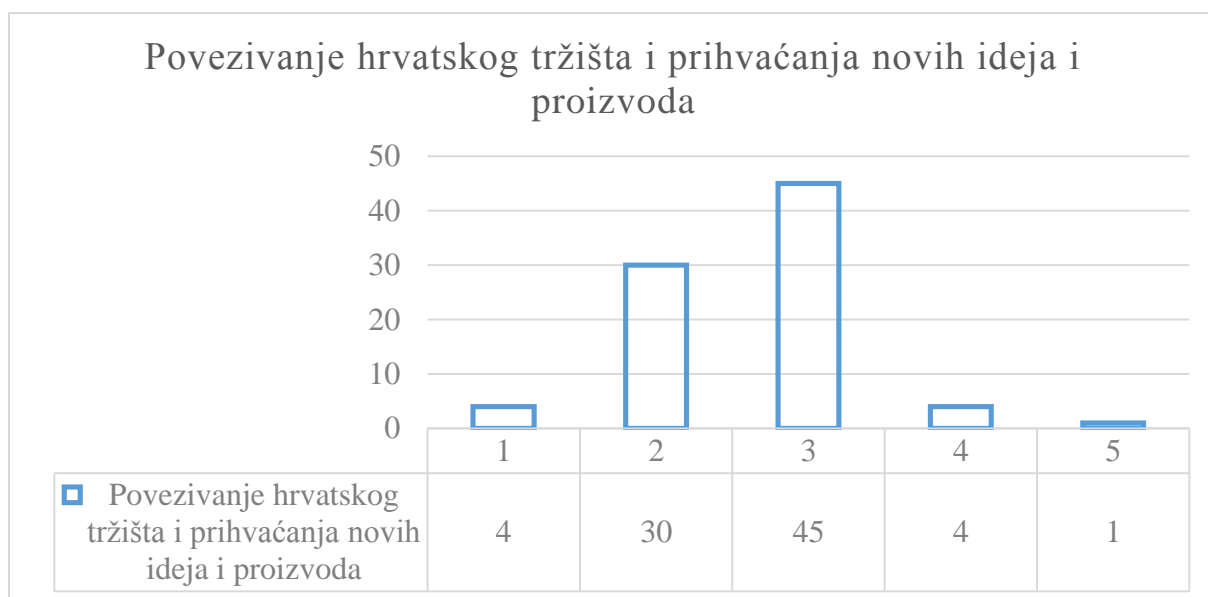
Grafikon 9. Povezanost poduzetničkog inkubatora i načina za stjecanje financijske podloge.

Sukladno grafikonu 9, 55 ispitanika (61,8%) navodi kako poduzetnički inkubatori predstavljaju najlakši način za stjecanje financijske podloge poslovnoj ideji, dok 34 ispitanika (38,2%) ima suprotno mišljenje. U nastavku teksta, na grafikonu 10, prikazani su stavovi ispitanika vezano za značenje pojma „*poduzetništvo*“.



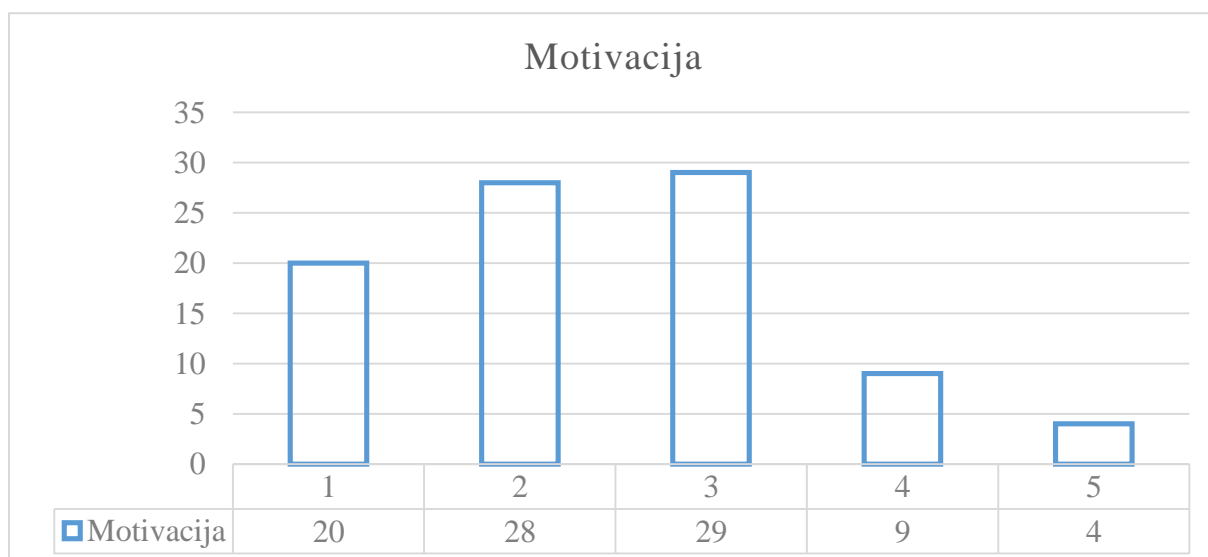
Grafikon 10. Značenje pojma „poduzetništvo“

Na grafikonu 10 su prikazani odgovori ispitanika koji su se odnosi na povezivanje pojma „poduzetništvo“ s nekim od navedenih elemenata, pri čemu je potrebno naglasiti kako je postojala mogućnost višestrukih odgovora. Sukladno tome, može se reći kako 30,8% ispitanika promatrani pojam povezuje s visokom rizičnosti s obzirom na ulog, 25,3% s upravljanjem malim poduzećem, 67% s potrebom za kreativnom poslovnom idejom te 29,7% s jedinstvenim oblikom poslovanja. U nastavku teksta, na grafikonu 11, prikazani su stavovi ispitanika vezano hrvatsko tržište i prihvaćanje novih ideja i proizvoda.



Grafikon 11. Povezivanje hrvatskog tržišta i prihvaćanja novih ideja i proizvoda

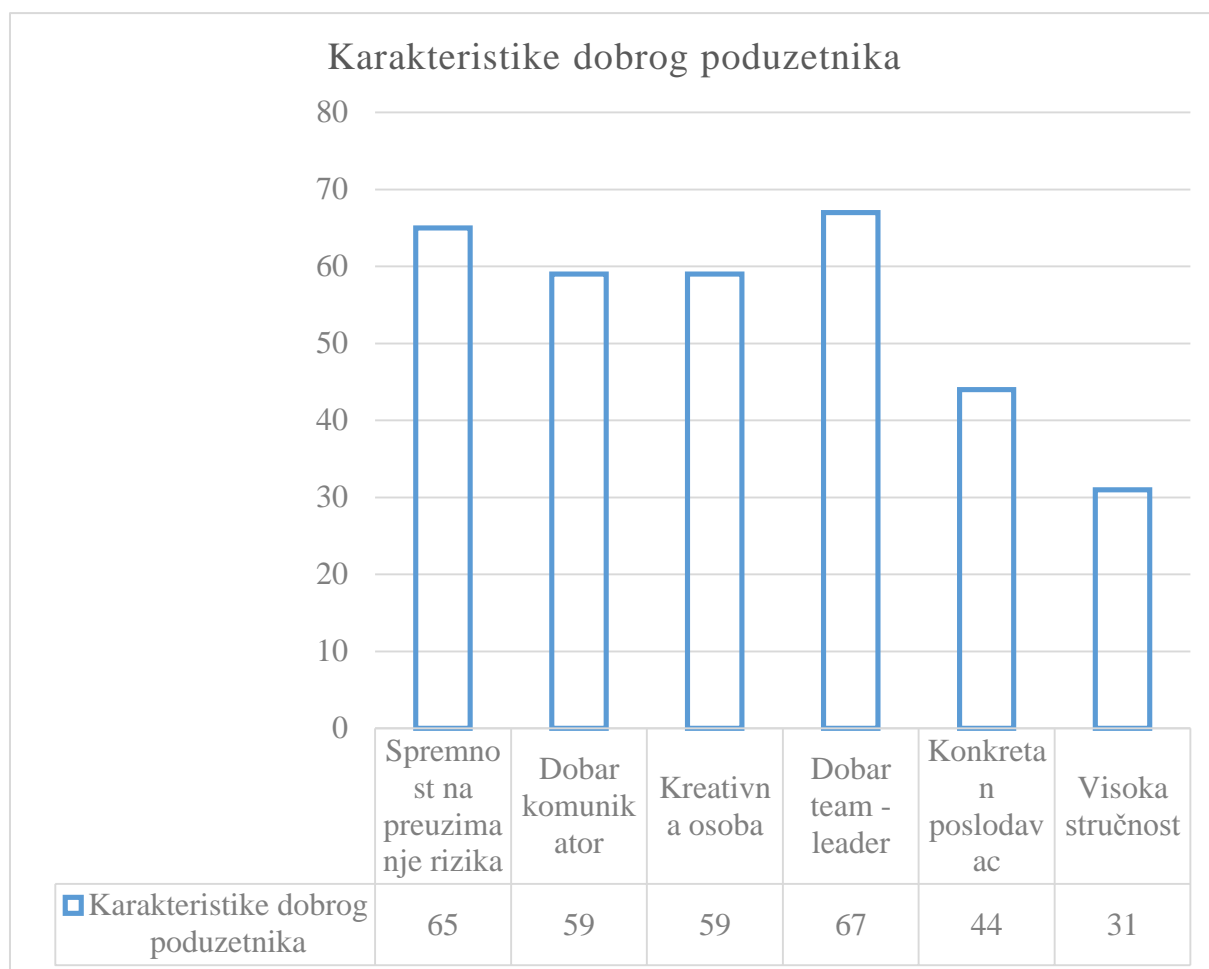
Na prethodnom grafikonu su prikazani stavovi ispitanika o činjenici koliko misle da je hrvatsko tržište otvoreno za prihvaćanje novih poslovnih ideja i proizvoda. Prema tome, može se reći kako se 4 ispitanika (4,4%) u potpunosti ne slažu, 30 ispitanika (33%) se ne slaže, 45 ispitanika (49,5%) se niti ne slaže niti slaže, 44 ispitanika (12,1%) se slaže, te samo 1 ispitanik (1,1%) se u potpunosti slaže. U nastavku teksta, na grafikonu 12, prikazani su stavovi ispitanika vezano za motivaciju.



Grafikon 12. Motivacija

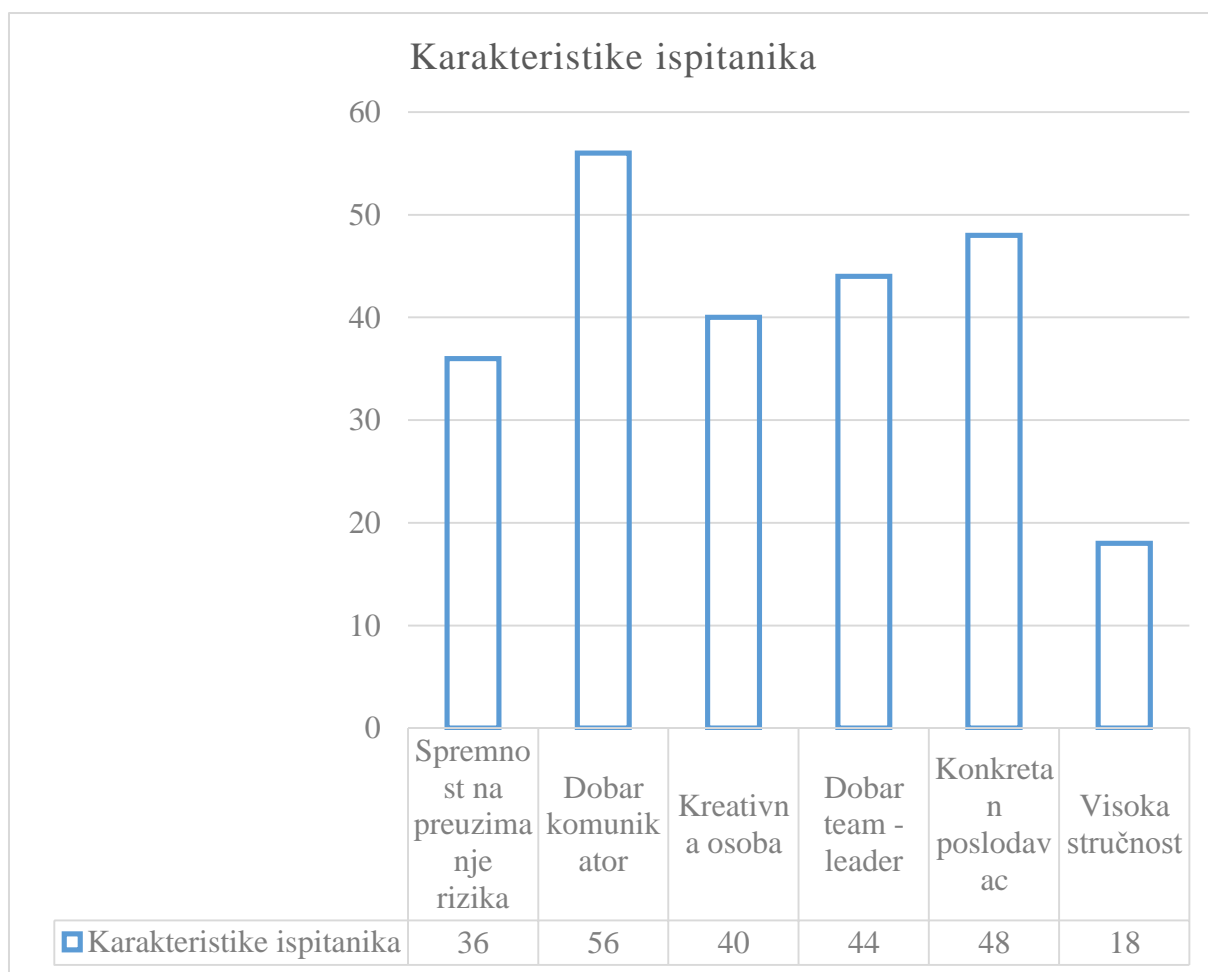
Na prethodnom grafikonu su prikazani stavovi ispitanika o činjenici koliko ih akademska zajednica Ekonomskog fakulteta upoznaje i motivira za realizaciju vlastitih poduzetničkih

ideja koje bi se mogle financirati iz sredstava poduzetničkih inkubatora. Prema tome, može se reći kako se 20 ispitanika (22,2%) u potpunosti ne slaže, 28 ispitanika (31,1%) se ne slaže, 29 ispitanika (32,2%) se niti ne slaže niti slaže, 9 ispitanika (10%) se slaže, te 4 ispitanika (4,4%) se u potpunosti slaže. U nastavku teksta, na grafikonu 13, prikazani su stavovi ispitanika vezano karakteristike dobrog poduzetnika.



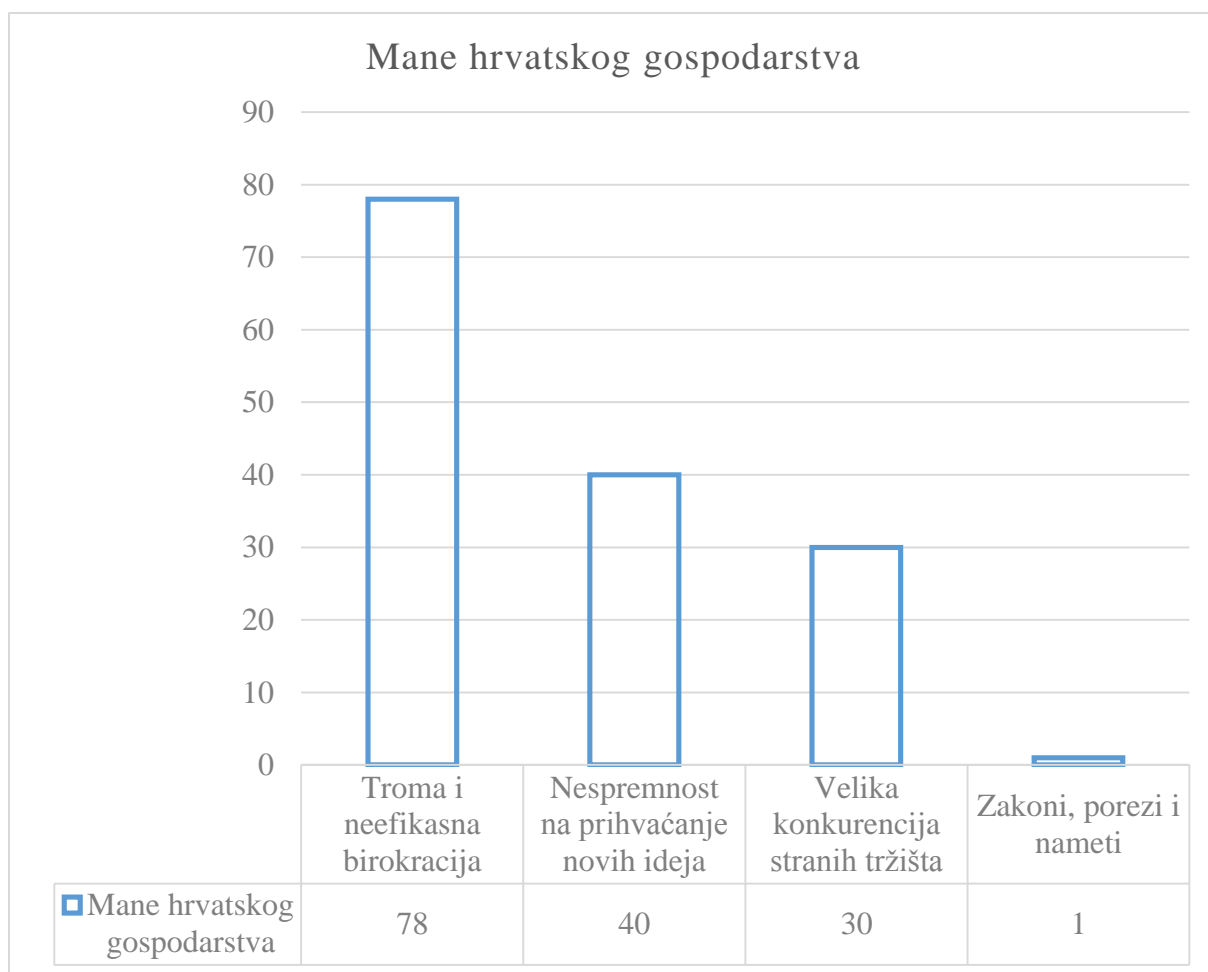
Grafikon 13. Karakteristike dobrog poduzetnika

Što se tiče karakteristika dobrog poduzetnika, i to s mogućnošću višestrukih odgovora, 71,4% ispitanika kako je dobar poduzetnika zapravo spreman na preuzimanje rizika, 64,8% smatra kako je dobar poduzetnik i dobar komunikator, 64,8% također dobrog poduzetnika povezuje s kreativnom osobom, 73,6% smatra kako je dobar team – leader, 48,4% navodi kako je dobar poduzetnik i konkretan poslodavac, te 34,1% ispitanika dobar poduzetnik asocira na visoku stručnost. U nastavku teksta, na grafikonu 14, prikazani su rezultati vezani za karakteristike ispitanika.



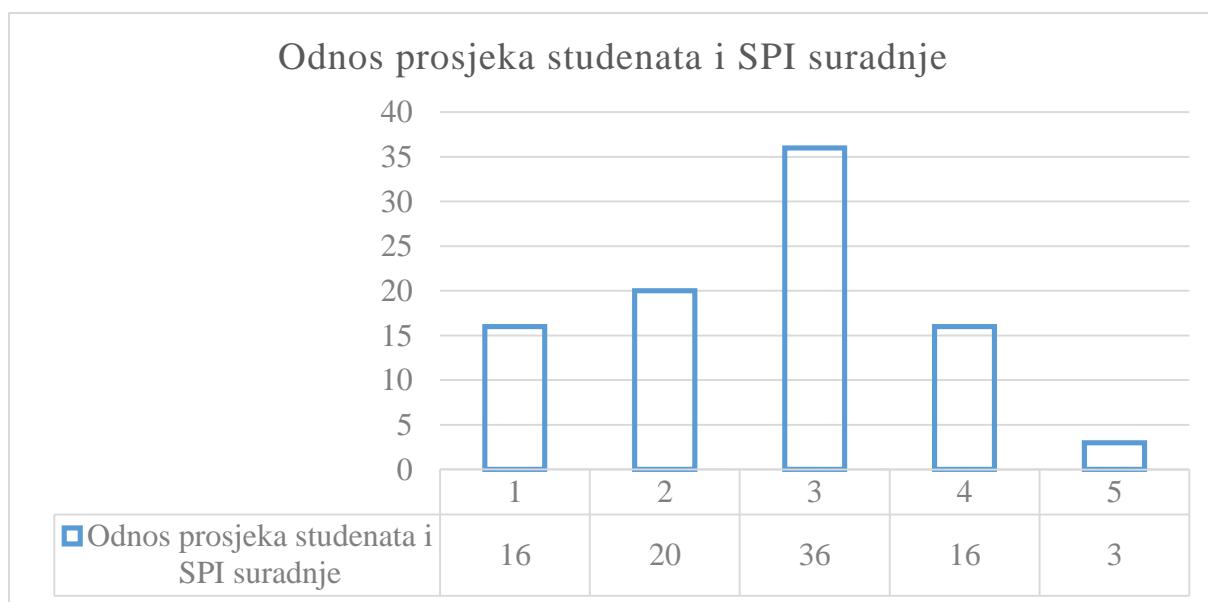
Grafikon 14. Karakteristike ispitanika

Što se tiče karakteristika ispitanika, i to s mogućnošću višestrukih odgovora, 40% ispitanika navodi kako su spremni na preuzimanje rizika, 62,2% smatra da su dobri komunikatori, 44,4% se smatra kreativnom osobom, 48,9% se vide kao dobre team – leadere, 53,3% navodi kako bi bili konkretni poslodavci, dok se 20% ispitanika povezuje sa visokom stručnošću. U nastavku teksta, na grafikonu 15, prikazani su rezultati vezani za stavove koji se odnose na mane hrvatskog gospodarstva.



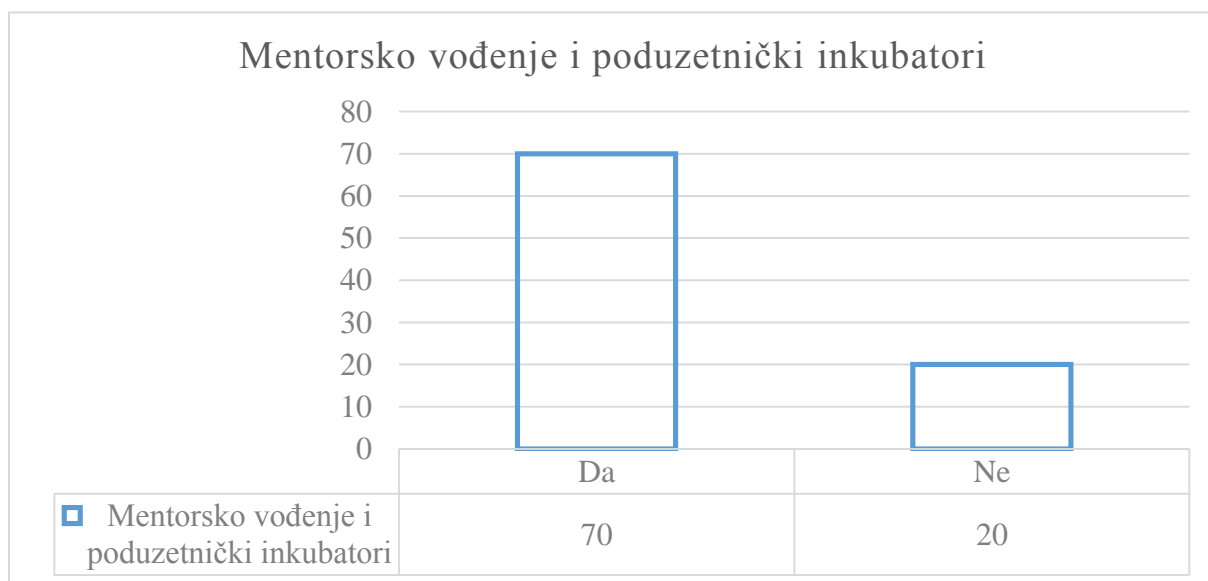
Grafikon 15. Mane hrvatskog gospodarstva

Na prethodnom grafikonu su predstavljeni rezultati vezano za mane hrvatskog gospodarstva koje predstavljaju najveću kočnicu uspješnoj realizaciji financiranja iz poduzetničkih inkubatora. Prema tome, 85,7% ispitanika kao razlog navodi tromu i neefikasnu birokraciju, 44% ispitanika kao razlog navodi nespremnost na prihvatanje novih ideja, 33% smatra da je uzroke tome velika konkurencija stranih tržišta, te 1,1% smatra kako utjecaja imaju zakonske regulative, porezi i nameti. U nastavku teksta, na grafikonu 16, prikazani su rezultati vezani za stavove ispitanika koji podrazumijeva odnos prosjeka i SPI suradnje.



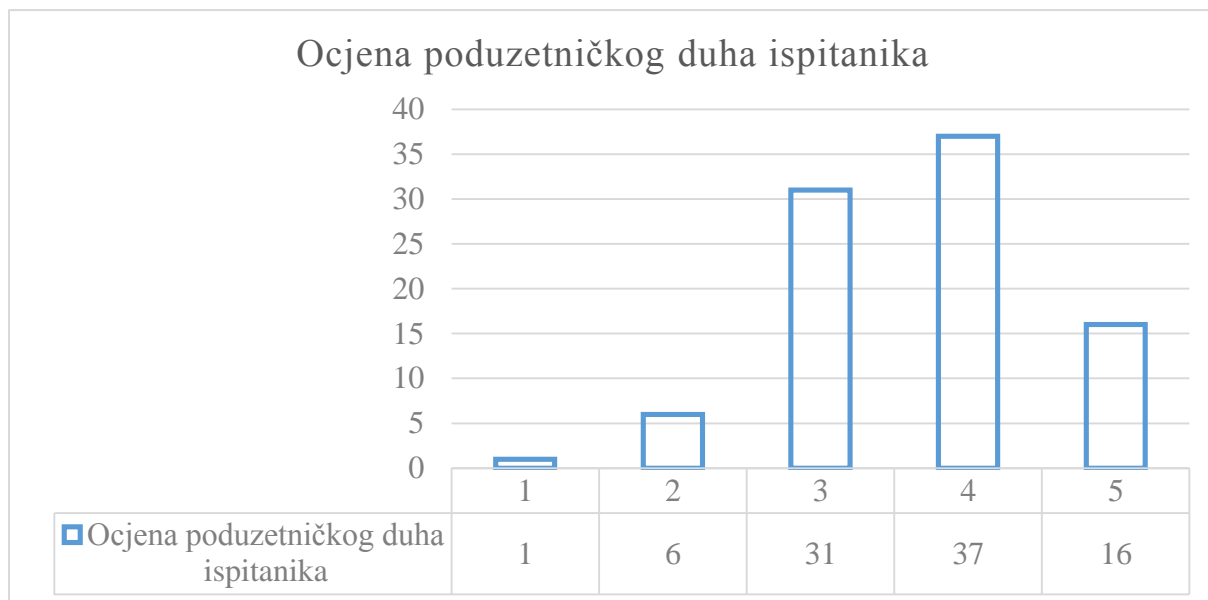
Grafikon 16. Odnos prosjeka studenata i SPI suradnje

Na prethodnom grafikonu su prikazani stavovi koji podrazumijevaju činjenicu kako je akademski uspjeh (ocjene, redovno polaganje ispita, redovitost na predavanjima) povezan sa otvorenosti studentskih poduzetničkih inkubatora za suradnju sa studentom. U skladu s tim, 16 ispitanika (17,6%) se u potpunosti ne slaže, 20 ispitanika (22,5%) se ne slaže, 36 ispitanika (36,9%) se niti ne slaže niti slaže, 16 ispitanika (17,6%) se slaže, te se 3 ispitanika (3,3%) u potpunosti slaže. U nastavku teksta, na grafikonu 17, prikazani su rezultati vezani za stavove ispitanika što se tiče mentorskog vođenja gledajući aspekta poduzetničkih inkubatora.



Grafikon 17. Mentorsko vođenje i poduzetnički inkubatori

Kod pitanja koje se odnosi na činjenicu kako je s obzirom studentsko neiskustvo u poslovnim vodama neophodno mentorsko vođenje iskusnog poslovnjaka ili profesora u procesu dobivanja financijske podrške od poduzetničkih inkubatora, 77,8% ispitanika se slaže s navedenom tvrdnjom, dok se ostatak od 22,2% ne slaže. U nastavku teksta, na grafikonu 18, prikazana je ocjena poduzetničkog duha ispitanika.



Grafikon 18. Ocjena poduzetničkog duha ispitanika

I u konačnici, prilikom ocjene poduzetničkog duha ispitanika, 1,1% je dalo ocjenu 1, 6,6% - 2, 34,1% - 3, 40,7% - 4 te 17,6% - 5.

4. ZAKLJUČAK

Poduzetnik je osoba koja pokreće nove poslove te samostalno organizira i kontrolira tijekom poslovanja, a može se također definirati i kao vlasnik poduzeća, odnosno kao osoba koja upravlja ljudskim i materijalnim resursima te preuzima rizik kako bi ostvario dobit. Za razliku od navedenih tvrdnji, poduzetništvo je proces potican inicijativom koja u sebi nudi inovativnost i nikad se ne miri s postojećim stanjem, a razlozi koji poduzetništvo čine zanimljivim su sloboda odlučivanja u poslovnim aktivnostima, slobodan odabir ekonomske djelatnosti te psihološki osjećaj da pojedinac intelektualnim radom i kreativnošću stvara novu vrijednost koja je na raspolaganju širokoj javnosti.

Danas, poduzetničke zone, kao i potporne institucije na području Republike Hrvatske, omogućavaju obavljanje pojedinih poduzetničkih aktivnosti u standardiziranim uvjetima visoke infrastrukturne opremljenosti.

Stoga, poduzetnički inkubatori predstavljaju jedan od alata za ekonomski razvoj korištenjem niza resursa i usluga, dok je studentski poduzetnički inkubator (SPI) na Ekonomskom fakultetu u Splitu namijenjen svim proaktivnim i poduzetnim studentima Sveučilišta u Splitu, s ciljem promicanja poduzetništva mladih te povećanja uspješnosti njihovim poduzetničkih pothvata. U konačnici, ostale poduzetničke potporne institucije su razvojne agencije, poduzetnički centri, poslovni inkubatori, poduzetnički akceleratori, poslovni parkovi, znanstveno – tehnološki parkovi i centri kompetencije.

Za potrebe završnog rada provedeno je i empirijsko istraživanje, a analizirani podaci su dobiveni primarnim istraživanjem provedenim među studentima Ekonomskog fakultet u Splitu putem društvene mreže „Facebook“, i to putem dvije zatvorene grupe kreirane od strane studenata Ekonomskog fakulteta. Istraživanje je provedeno pomoću online ankete, a anketu je ispunio 91 ispitanik odgovarajući na 14 pitanja zatvorenog tipa.

U istraživanju je sudjelovalo 64 ženske, te 27 muških osoba, a od ukupnog broja ispitanika, preddiplomski stručni studij pohađa 35 ispitanika, dok 56 ispitanika pohađa preddiplomski sveučilišni studij. Naime, 68 ispitanika je upoznato s poduzetničkim inkubatorom na Ekonomskom fakultetu u Splitu, dok 23 ispitanika nije upoznato. Također, 25 ispitanika je u istraživanju navelo kako ima poslovnu ideju za koju bi iskoristili mogućnost financiranja iz studentskih poduzetničkih inkubatora, dok je 66 ispitanika navelo kako nema nikakvu ideju. Isto tako, 55 ispitanika je navelo kako poduzetnički inkubatori predstavljaju najlakši način za

stjecanje financijske podloge poslovnoj ideji, dok je 34 ispitanika imalo suprotno mišljenje. S druge strane, 30,8% ispitanika je pojam „*poduzetništvo*“ povezalo s visokom rizičnosti s obzirom na ulog, 25,3% s upravljanjem malim poduzećem, 67% s potrebom za kreativnom poslovnom idejom te 29,7% s jedinstvenim oblikom poslovanja. Što se tiče karakteristika dobrog poduzetnika, 71,4% ispitanika je navelo kako je dobar poduzetnika spreman na preuzimanje rizika, 64,8% smatra da je dobar komunikator, 64,8% dobrog poduzetnika povezuje s kreativnom osobom, 73,6% smatra da je dobar „*team – leader*“, 48,4% smatra kako je dobar poduzetnik i konkretan poslodavac, te 34,1% ispitanika dobar poduzetnik asocira na visoku stručnost. Nadalje, 40% ispitanika je u anketi navelo kako su spremni na preuzimanje rizika, dok 85,7% ispitanika kao razlog lošeg gospodarstva u zemlji navodi tromu i neefikasnu birokraciju.

Ograničenje istraživanja predstavlja mogućnost da svi ispitanici nisu u dovoljnoj mjeri upućeni o tome što je zapravo studentski poduzetnički inkubator, odnosno da ne raspolažu detaljnijim i adekvatnim informacijama, ili čak u potpunosti ne shvaćaju proučavanu problematiku.

LITERATURA

1. Bayarçelik, E. B., Özşahinb, M. (2014): How Entrepreneurial Climate Effects Firm Performance?, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 150 (15), pp. 823 – 833.
2. Business New Daily (2018): Business Incubators and Accelerators: Here's the Big Difference, [Internet], raspoloživo na: <https://www.businessnewsdaily.com/>, [16.09.2018.]
3. CEPOR (2018): Role of Entrepreneurship Support Institutions in Development of the Economy of Eastern Croatia – Case of Centre for Entrepreneurship Osijek, [Internet], raspoloživo na: <http://www.cepor.hr/>, [16.09.2018.]
4. CESIFO Group (2018): Doing Business in Croatia, [Internet], raspoloživo na: <https://www.cesifo-group.de/>, [14.09.2018.]
5. Doing Business (2018): Reforming to Create Jobs, [Internet], raspoloživo na: <http://www.doingbusiness.org/>, [14.09.2018.]
6. Čizmadija, I., Stanković, D. (2011): Poduzetnički inkubatori u edukaciji za poduzetništvo, *Učenje za poduzetništvo*, 1 (1), str. 129 – 139.
7. Entrepreneur (2018): Business Incubator, [Internet], raspoloživo na: <https://www.entrepreneur.com/>, [16.09.2018.]
8. Entrepreneur (2018): Getting Started With Business Incubators, [Internet], raspoloživo na: <https://www.entrepreneur.com/>, [16.09.2018.]
9. Emerald Insight (2018): Institutional outlook of the entrepreneurial climate in Ghana, [Internet], raspoloživo na: <https://www.emeraldinsight.com/>, [14.09.2018.]
10. GEM Hrvatska (2018): Što Hrvatsku čini (ne)poduzetničkom zemljom?, [Internet], raspoloživo na: <http://www.gemhrvatska.org/>, [26.08.2018.]
11. Gorupić, D., Gorupić, D. (1990): Poduzeće – postanak i razvoj poduzetništva i poduzeća, Informator & Hunjet, Zagreb.
12. Hisrich, R., Petets, M., Shepherd, D. (2008): Poduzetništvo. MATE d.o.o., Zagreb.
13. Hrvatska enciklopedija (2018): Poduzetnik, [Internet], raspoloživo na: <http://www.enciklopedija.hr/>, [25.08.2018.]
14. Ivanković, D., Nedović, M., Đapić, D. (2015): Student Business Incubator: an Institutional Perspectives of New Ventures, *Obrazovanje za poduzetništvo – E4E*, 5 (2), str. 45 – 53.

15. Janković Milić, V., Stanković, J., Marinković, S. (2014): The capacity of local governments to improve business environment: Evidence from Serbia, *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci*, 32 (2), str. 233 – 254.
16. Kolaković, M. (2006): *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*, Sinergija d.o.o., Zagreb.
17. Mirakul (2018): Stvaranje poduzetničke poslovne klime, [Internet], raspoloživo na: <https://www.mirakul.hr>, [28.08.2018.]
18. Morić Milovanović, B., Kunst, K., Srhoj, S. (2016): Dijagnosticiranje poduzetničke klime – primjer poduzeća u farmaceutskoj industriji, *Ekonomski misao i praksa*, 25 (1), str. 73 – 104.
19. News Bureau (2018): Certain Factors Influence Entrepreneurial Climate, MU Study Finds, [Internet], raspoloživo na: <https://munews.missouri.edu/>, [14.09.2018.]
20. Razvojna agencija Zagreb (2018): Poduzetničke potporne institucije, [Internet], raspoloživo na: <https://www.raza.hr/>, [16.09.2018.]
21. Roxas, H. B., Lindsay, V., Ashill, N., Vicorio, A. (2006): An Institutional View of Local Entrepreneurial Climate, *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 3 (1), str. 1 – 123.
22. SPI (2018): O nama, [Internet], raspoloživo na: <http://spi.efst.hr/>, [26.08.2018.]
23. Središnji državni portal (2018): Poduzetnička infrastruktura, [Internet], raspoloživo na: <https://gov.hr/>, [27.08.2018.]
24. Škorić, A. (1995): *Uvod u poduzetništvo*, HITA – CONSULTING, Zagreb.
25. Škrtić, M., Mikić, M. (2011): *Poduzetništvo*, Sinergija d.o.o., Zagreb.
26. Škrtić, M., Vouk, R. (2006): *Osnove poduzetništva i menadžmenta*, Katma d.o.o., Zagreb.
27. Trading Economics (2018): Ease of Doing Business in Croatia, [Internet], raspoloživo na: <https://tradingeconomics.com/>, [14.09.2018.]
28. Tubey, R., Nandwa, M. J., Omboto, P. I., Situma, C. M. K. (2018): Entrepreneurship Climate and Its Effect on Entrepreneurial Development in Kenya. *International Journal of Innovative Research & Development*, 4 (3), pp. 280 – 284.
29. UNIST (2018): Poduzetništvo i poduzetnička pravila, [Internet], raspoloživo na: <http://personal.oss.unist.hr/>, [26.08.2018.]
30. Vuković, I. (1999): *Ekonomika poduzetništva u hotelijerstvu*, Dalmatina, Zagreb.
31. Williams, N., Vorley, T. (2018): Institutional asymmetry: How formal and informal institutions affect entrepreneurship in Bulgaria, *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 33 (8), pp. 840 – 861.

POPIS SLIKA

Slika 1. Glavni poduzetnički motiv	3
Slika 2. Temeljni razlog preuzimanja rizika	4
Slika 3. Temeljne odrednice poduzetničke inicijative	5
Slika 4. Vrste poduzetnika	6
Slika 5. Pojemovno određenje poduzetništva	7
Slika 6. Pojemovno određenje poduzetničke klime	8
Slika 7. Čimbenici koji utječu na poduzetničku klimu	8
Slika 8. Povezanost poduzetničke klime s određenim čimbenicima	9
Slika 9. Dimenzije lokalne poduzetničke klime	11
Slika 10. Svrha poduzetničke potporne institucije	16
Slika 11. Osnovni cilj poduzetničkih inkubatora	17
Slika 12. Podjela poduzetničkih inkubatora prema strategijama	19
Slika 13. Koristi za poduzetnika početnika	21

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Poredak poslovanja u Republici Hrvatskoj za 2018. godinu.....	12
Grafikon 2. DTF za Republiku Hrvatsku – usporedno za 2017. i 2018. godinu	13
Grafikon 3. Jednostavnost poslovanja za Republiku Hrvatsku od 2008. do 2017. godine	14
Grafikon 4. Usporedba jednostavnosti poslovanja Republike Hrvatske s graničnim zemljama za 2017. godinu.....	15
Grafikon 5. Spol ispitanika.....	24
Grafikon 6. Vrsta studija.....	24
Grafikon 7. Upoznatost s poduzetničkim inkubatorom	25
Grafikon 8. Postojanje ideje za mogućnost financiranja.....	25
Grafikon 9. Povezanost poduzetničkog inkubatora i načina za stjecanje financijske podloge.....	26
Grafikon 10. Značenje pojma „ <i>poduzetništvo</i> “	27
Grafikon 11. Povezivanje hrvatskog tržišta i prihvaćanja novih ideja i proizvoda.....	28
Grafikon 12. Motivacija.....	28
Grafikon 13. Karakteristike dobrog poduzetnika.....	29
Grafikon 14. Karakteristike ispitanika	30
Grafikon 15. Mane hrvatskog gospodarstva.....	31
Grafikon 16. Odnos prosjeka studenata i SPI suradnje	32
Grafikon 17. Mentorsko vođenje i poduzetnički inkubatori.....	32
Grafikon 18. Ocjena poduzetničkog duha ispitanika	33

SAŽETAK

Cilj rada obuhvaća pružanje osvrta na postojeću infrastrukturu poduzetničkih potpornih institucija u Republici Hrvatskoj, i to s naglaskom na poduzetničke inkubatore. Također, u empirijskom dijelu rada je pružen uvid i u percepciju studenata Ekonomskog fakulteta u Splitu o poduzetničkim inkubatorima, kao i sam interes za aktivnostima u istim. S druge strane, poduzetnik kao temelj poduzeća upravlja ljudskim i materijalnim resursima, te u skladu s tim preuzima i razne vrste rizika kako bi ostvario profit, dok poduzetništvo predstavlja gospodarsku aktivnost pojedinca ili više partnera da uz određeno ulaganje kapitala i preuzimanje rizika uz neizvjesnost ulaze u poslovni pothvat s ciljem stvaranja profita. Isto tako, poduzetništvo je i proces kojega treba kontinuirano usavršavati, i to zbog bolje budućnosti. Primjena studentskog poduzetničkog inkubatora kao metodičko – didaktičkog modela edukacije mladih, prvenstveno u današnje vrijeme omogućuje poticanje i podržavanje poduzetničkog načina razmišljanja.

Ključne riječi: poduzetničke potporne institucije, inkubatori, studenti, poduzetništvo, poduzetnik

SUMMARY

The aim of this paper is to provide an overview of the existing infrastructure of entrepreneurial support institutions in the Republic of Croatia, with emphasis on entrepreneurial incubators. Also, in the empirical part of the work, the students of the Faculty of Economics and Business in Split were informed about the entrepreneurial incubators as well as the interest of the activities in the same. On the other hand, an entrepreneur as a foundation of a company manages human and material resources and accordingly assumes various types of risk to gain profits, while entrepreneurship represents the economic activity of an individual or several partners that with a certain investment of capital and taking risks with uncertainty enter into a business venture with a view to making a profit. Similarly, entrepreneurship is also the process that needs to be continually improved, for a better future. The application of a student entrepreneurial incubator as a methodological and didactic model of youth education, primarily at present, enables the stimulation and support of entrepreneurial thinking.

Key words: entrepreneurial support institutions, incubators, students, entrepreneurship, entrepreneur

PRILOZI – ANKETA

URL: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf41Kqh-oS-p9ZltwJm1ryx9VuNRxaGLChW6mT2PHaKiDFHyQ/viewform?usp=sf_link